

PRIORISIERUNG DER BEDARFE, ABLEITUNG VON HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND MASSNAHMEN:

DIVERSIFIZIERUNG IN DER ÖSTERREICHISCHEN LANDWIRTSCHAFT

Ergebnisse der Workshops zur Weiterentwicklung
von Bildungs- und Beratungsangeboten sowie der
Beraterkompetenzen im Bereich Diversifizierung

Im Rahmen des EU-kofinanzierten Projektes „Bildungsinitiative
Diversifizierung – (neue) Wertschöpfungsstrategien für die
kleinstrukturierte multifunktionale Landwirtschaft in Österreich“

Oktober 2026

Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Land- und Forstwirtschaft,
Klima- und Umweltschutz,
Regionen und Wasserwirtschaft

WIR leben Land
Gemeinsame Agrarpolitik Österreich


Kofinanziert von der
Europäischen Union

Alle Angaben in diesem Bericht wurden mit größter Sorgfalt erstellt, erfolgen jedoch ohne Gewähr. Eine Haftung der Herausgeberin sowie der Autorinnen und Autoren ist ausgeschlossen. Dieses Werk und alle seine Bestandteile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung, Speicherung oder Nutzung außerhalb der gesetzlich zulässigen Grenzen ist ohne schriftliche Zustimmung des Herausgebers unzulässig und kann strafrechtlich verfolgt werden.

Für den Inhalt verantwortlich:

Nicole Prop
Leopold Kirner
Veronika Hager

Visuelle Gestaltung:

www.kouba-grafikdesign.at

Erscheinungsort und -jahr:

Wien, Oktober 2026

Mit Unterstützung von Bund,
Ländern und Europäischer
Union.

Bildnachweis: ©

Cover: Pexels Jermis
SBO-Armin Huber;
Urlaub am Bauernhof;
AMA Genussregion Paul Gruber
Pexels: Nati; Anastasia Shuraeva;
Furkan Elveren; Tima Miroshnichenko;
Vladimír Sládek; Monstera Production;
the coach space; Goumbik;
tirachard-kumtanom
Pixabay: Theo Therkev; Mareefe

© Copyright 2026, Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik,
Zentrum für Weiterbildung und Drittmittelprojekte/eigene Rechtspersönlichkeit
Angermayergasse 1, 1130 Wien, www.haup.ac.at
nicole.prop@haup.ac.at

Impressum	2
Inhalt	3
Einleitung	4
Zielgruppe des Berichts	5
Aufbau des Berichts	6
 1. Methodisches Vorgehen zur Priorisierung der Bedarfe sowie zur Ableitung von Handlungsempfehlungen und Maßnahmen	 7
1.1 Datenerhebung	7
1.2 Datenanalyse	15
 2. Ergebnisse der Workshops: Ableitung von Prioritäten, Handlungsempfehlungen und Maßnahmen	 16
2.1 Priorisierung der Bedarfe, Definition der Bildungs- und Beratungsziele und Ableitung von Handlungsempfehlungen	17
2.1.1 Priorisierung der Bedarfe	17
2.1.2 Bildungs- und Beratungszielen	25
2.1.3 Handlungsempfehlungen	29
2.2 Ableitung von Maßnahmen	38
2.2.1 Orientierung und Geschäftsmodellentwicklung (Geschäftsmodell und Markt)	38
2.2.2 Umsetzungskompetenz und Unternehmertum (Unternehmertum und Kompetenzen)	41
2.2.3 Operative Umsetzung und Ressourcen (Umsetzung und Betrieb)	45
2.2.4 Marktzugang und Kooperation (Vermarktung und Netzwerke)	47
2.2.5 Systemische Ermöglichung (Begleitung und Systemzugang)	54
 3. Bestätigung der Handlungsempfehlungen und Maßnahmen	 61
3.1 EU CAP Network Meeting am 4. Februar 2026	61
3.2 Online-Konsultation und GAP Workshop am 2. Juni 2026	64
 4. Schlussfolgerungen	 66
 5. Dank an die Vertreterinnen und Vertreter der mitwirkenden Institutionen	 68
 Anhang I.: Protokolle Workshops	 70
Ergebnisse Workshop 1	70
Ergebnisse Workshop 2	78
Ergebnisse Workshop 3	87
Ergebnisse Workshop 4	97
Ergebnisse Workshop 5	106
Ergebnisse Workshop 6	115
Anhang II.: Telefonumfrage	121

Das EU-kofinanzierte Projekt „Bildungsinitiative Diversifizierung – (neue) Wertschöpfungsstrategien für die kleinstrukturierte multifunktionale Landwirtschaft in Österreich“ an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik zielt darauf ab, Diversifizierung, Innovation und Unternehmertum entlang der Wertschöpfungskette landwirtschaftlicher Betriebe und in den Regionen zu fördern. Dabei wurden Diversifizierungsansätze im deutschsprachigen Raum untersucht und daraus Handlungsempfehlungen für Bildungs- und Beratungsangebote abgeleitet sowie Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Beratungskompetenzen formuliert – mit dem Ziel, Landwirtinnen und Landwirte in Österreich mit innovativen Wertschöpfungsstrategien zu unterstützen.

Das Projekt steht im Einklang mit dem Handlungsfeld 4 „Optionen der Wertschöpfung am Bauernhof“ der [Vision 2028+](#) des Landwirtschaftsministeriums und verfolgt das Ziel, für land- und forstwirtschaftliche Betriebe neue Einkommensquellen zu erschließen, die betriebliche Wertschöpfung und Wirtschaftlichkeit zu steigern und die Attraktivität des Arbeitsplatzes Bauernhof auch für künftige Generationen zu sichern. Vor dem Hintergrund tiefgreifender struktureller und gesellschaftlicher Veränderungen gewinnt das Thema Diversifizierung zunehmend an Bedeutung: Immer mehr Betriebe setzen auf alternative Einkommensquellen, um wirtschaftliche Stabilität zu sichern, neue Märkte zu erschließen und ihre gesellschaftliche Relevanz zu stärken.

Auf Grundlage der Ergebnisse der Recherche- und Analysephase sowie der SWOT-Analyse und der Bedarfserhebung erfolgte als abschließender Schritt die Priorisierung der Bedarfe und die Ableitung der Handlungsempfehlungen und Maßnahmen. Dabei wurden Expertinnen und Experten aus dem inner- und außeragrarischem Bereich in Österreich in Form von sechs Workshops aktiv einbezogen.

Der vorliegende Bericht enthält die Ergebnisse der Workshops sowie die daraus abgeleiteten prioritären Bedarfe, Bildungs- und Beratungsziele, Handlungsempfehlungen und konkreten Maßnahmen. Wie bereits bei den anderen [veröffentlichten Berichten](#) wurden die Ergebnisse transparent aufbereitet und stehen allen Personen zur Verfügung, die sich mit dem Thema Diversifizierung in der Landwirtschaft beschäftigen.

Wir wünschen viel Freude beim Lesen und zahlreiche Anregungen für die Umsetzung in Ihrem Wirkungsbereich!

Die Hauptzielgruppe dieses Berichts zu den Handlungsempfehlungen und Maßnahmen im Bereich der Diversifizierung sind landwirtschaftliche Betriebe in Österreich sowie die darin tätigen Personen – unabhängig davon, ob sie als Familienbetrieb, Betriebsgemeinschaft, Kooperation, Gesellschaft oder in einer anderen betrieblichen Organisationsform tätig sind – sowie die Landwirtschaftskammern und Ländlichen Fortbildungsinstitute. Der Bericht richtet sich an Betriebe und die darin tätigen Personen, die eine Diversifizierung planen, bestehende Diversifizierungsaktivitäten weiterentwickeln oder neue Wege der betrieblichen Wertschöpfung erschließen möchten, sowie an die Einrichtungen, die sie dabei durch Bildungs- und Qualifizierungsangebote unterstützen.

Darüber hinaus richten sich die Ergebnisse an alle Personen und Institutionen, die sich mit der Wertschöpfung am Bauernhof und im ländlichen Raum sowie mit dem Erhalt der multifunktionalen Landwirtschaft beschäftigen. Dazu zählen insbesondere:

- das landwirtschaftliche Schulwesen,
- Land- und forstwirtschaftlichen Lehrlings- und Fachausbildungsstellen,
- Universitäten und Fachhochschulen,
- Kooperationspartnerinnen und -partner aus den Bereichen Gesundheit, Soziales und Wirtschaft,
- Gemeinden sowie Regionalentwicklerinnen und Regionalentwickler,
- sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im deutschsprachigen Raum, die auf die vorliegenden Bedarfsableitung zurückgreifen können.

„Diversifizierung bedeutet nicht zwangsläufig, mehr Aktivitäten auf dem Betrieb aufzunehmen, sondern Wertschöpfung entlang der Wertschöpfungskette zu erschließen.“

Nach EU CAP Network (Hrsg.):
1st meeting of the Thematic Group on Farm
Diversification, 2026

Zudem werden dieser Bericht sowie sämtliche weiteren Ergebnisse des EU-kofinanzierten Projekts „Bildungsinitiative Diversifizierung – (neue) Wertschöpfungsstrategien für die kleinstrukturierte multifunktionale Landwirtschaft in Österreich“ auch den AKIS-Akteurinnen und AKIS-Akteuren zur Verfügung gestellt, um aktiv zur Stärkung des Wissensflusses beizutragen.



AUFBAU DES BERICHTS

Kapitel 1 beschreibt die angewandte Methode. Kapitel 2 stellt die Ergebnisse dar. Kapitel 3 zeigt die Übereinstimmungen zwischen den Handlungsempfehlungen und Maßnahmen und den Ergebnissen des EU CAP Network sowie die Ergebnisse des GAP-Workshops vom 2. Juni 2026. Kapitel 4 enthält die Schlussfolgerungen. Kapitel 5 gibt einen Überblick über alle beteiligten Institutionen und Organisationen. Im Anhang befinden sich die anonymisierten Protokolle der sechs Workshops sowie die Ergebnisse der telefonischen Befragung von 810 Landwirtinnen und Landwirten in Österreich zu den bevorzugten Inhalten in der Weiterbildung und Beratung sowie zu den Präferenzen hinsichtlich der Bildungsformate.

Alle veröffentlichten Berichte stehen unter folgendem Link zum Download bereit: <https://www.haup.ac.at/projekte/bildungsinitiative-diversifizierung/>

„Gerade in Zeiten instabiler Agrarpreise und -märkte ist es für kleinstrukturierte Betriebe ein Vorteil, sich auf mehrere Standbeine zu stützen. Gezielte Vielfalt erhöht die Wettbewerbsfähigkeit und ermöglicht eine zukunftsorientierte, krisenfeste Weiterentwicklung.“

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft,
Klima- und Umweltschutz, Regionen und
Wasserwirtschaft (BMLUK) 2024



1. METHODISCHES VORGEHEN ZUR PRIORISIERUNG DER BEDARFE SOWIE ZUR ABLEITUNG VON HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND MASSNAHMEN

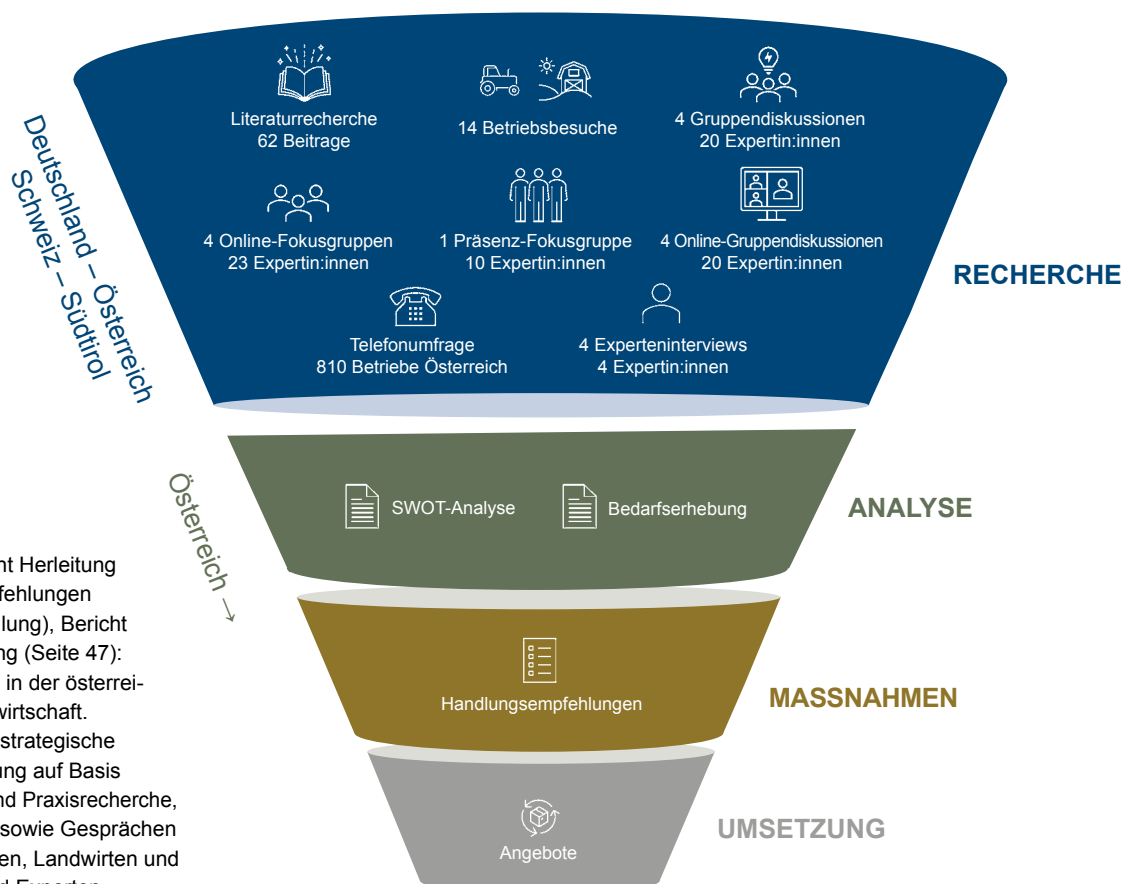
1.1 Datenerhebung

Im Rahmen des Projekts „Bildungsinitiative Diversifizierung – (neue) Wertschöpfungsstrategien für die kleinstrukturierte multifunktionale Landwirtschaft in Österreich“ wurde eine Mischung aus Präsenz- und Online-Workshops als geeignete qualitative Erhebungsmethode gewählt, um auf Basis der in den Jahren 2024 und 2025 durchgeführten umfassenden Recherche- und Analysephase im deutschsprachigen Raum praxisnahe und nachvollziehbare Handlungsempfehlungen für Bildungs- und Beratungsangebote zur Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe in Österreich abzuleiten sowie jene Kompetenzen zu definieren, die Beraterinnen und Berater für die

„Die Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe erfordert neue Kompetenzen, Wissenstransfer und die Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle.“

Innovation, Agricultural Productivity and Sustainability in Austria. OECD Publishing, Paris, 2019

Begleitung von Diversifizierungsprozessen benötigen. Die Durchführung der Workshops erfolgte ausschließlich mit Vertreterinnen und Vertretern von Organisationen und Institutionen aus Österreich.



Grafik: Übersicht Herleitung Handlungsempfehlungen (Eigene Darstellung), Bericht Bedarfserhebung (Seite 47): Diversifizierung in der österreichischen Landwirtschaft. Impulse für die strategische Weiterentwicklung auf Basis von Literatur- und Praxisrecherche, Telefonumfrage sowie Gesprächen mit Landwirtinnen, Landwirten und Expertinnen und Experten.

Ziel war es, insgesamt sechs Workshops mit maximal fünf Teilnehmerinnen und Teilnehmern pro Workshop durchzuführen. Geplant waren zwei Workshops in Präsenz und vier Online-Workshops. Auf Basis der bereits durchgeführten Gruppendiskussionen, Online- und Präsenz-Fokusgruppen im Rahmen der Praxisrecherche sowie der Online-Gruppendiskussionen im Rahmen der Bedarfserhebung wurde in Abstimmung mit der Landwirtschaftskammer Österreich und dem LFI Österreich die Auswahl der teilnehmenden Institutionen und Personen getroffen. Darüber hinaus wurden weitere relevante Kontakte in den Prozess einbezogen. Insgesamt wurden 92 Personen gezielt per E-Mail eingeladen, an einem der geplanten Workshops teilzunehmen. In der Einladung wurden das Projekt, die Zielsetzung der Workshops sowie Terminvorschläge klar kommuniziert. Die potenziellen Teilnehmenden wurden zudem telefonisch kontaktiert, um Rückmeldungen einzuholen und Termine abzustimmen.

Im Antrag war vorgesehen, die sechs Workshops mit maximal fünf Teilnehmerinnen und Teilnehmern pro Workshop durchzuführen. Aufgrund der hohen Resonanz und des großen Interesses relevanter Akteurinnen und Akteure an einer Mitwirkung wurde die ursprünglich geplante Teilnehmerzahl erweitert. Insgesamt konnten 83 Expertinnen und Experten für die Teilnahme gewonnen werden, wodurch eine breite fachliche Abdeckung der unterschiedlichen Themenbereiche sichergestellt und die Qualität der Ergebnisse weiter gestärkt werden konnte. Die Terminplanung erfolgte über Microsoft Outlook.

Die Teilnehmenden wurden entsprechend ihrer fachlichen Expertise einem der sechs Workshops zugeordnet.

In enger Zusammenarbeit mit den Landwirtschaftskammern, den LFIs sowie weiteren inner- und außer-agrarischen Expertinnen und Experten aus dem Bereich Diversifizierung sollten im Rahmen der Workshops konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmen für Bildungs- und Beratungsangebote zur Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe in Österreich erarbeitet werden.

Damit sollte sichergestellt werden, dass die identifizierten Bedarfe gezielt aufgegriffen und in weiterer Folge umgesetzt werden können. Die Umsetzung selbst ist nicht Bestandteil des Projekts „Bildungsinitiative Diversifizierung“, sondern erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt durch die Landwirtschaftskammern und die Ländliche Fortbildungsinstitute (LFIs). Das methodische Vorgehen bzw. die Bildungsplanung orientiert sich an den Prinzipien einer bedarfsgerechten und kompetenzorientierten Angebotsentwicklung. Bildungsangebote werden dabei auf Grundlage empirisch erhobener Bedarfe sowie unter Einbeziehung relevanter Expertinnen und Experten entwickelt. Gleichzeitig stehen die für eine erfolgreiche Diversifizierung erforderlichen Handlungskompetenzen der Zielgruppen im Mittelpunkt, um einen hohen Praxisbezug und die Anwendbarkeit der Inhalte sicherzustellen.

Im Vorfeld wurden in Abstimmung mit der Landwirtschaftskammer Österreich das Konzept der Workshops sowie die teilnehmenden Organisationen festgelegt.

Die Grundlage der Workshops bildeten die insgesamt 54 identifizierten Bedarfe, die fünf thematischen Kategorien zugeordnet wurden:

1. Trends / mögliche Angebote (13 Bedarfe)
2. Bildung und Beratung (18 Bedarfe)
3. Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen (7 Bedarfe)
4. Netzwerke (14 Bedarfe)
5. Marketing und Kommunikation (2 Bedarfe)

Die Workshops orientierten sich an einem vierstufigen methodischen Vorgehen:

Schritt 1 Priorisierung der Bedarfe

Die 54 Einzelbedarfe wurden innerhalb der jeweiligen Kategorien reduziert und gebündelt. Ziel war es, pro Kategorie maximal fünf priorisierte Bedarfe zu definieren. Eine Ausnahme bildete die Kategorie „Marketing und Kommunikation“, da hier lediglich zwei Bedarfe vorlagen. Insgesamt sollten maximal 22 priorisierte Bedarfe verbleiben, was einer Reduktion von rund 40 % entspricht. Grundlage hierfür bildeten unter anderem die Rückmeldungen und Einschätzungen der Landwirtschaftskammern und der LFIs.

Schritt 2 Formulierung von Bildungs- und Beratungszielen

Auf Grundlage der priorisierten Bedarfe wurden Bildungs- und Beratungsziele formuliert. Es ging um die Frage, welche Kompetenzen und Fähigkeiten Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater benötigen, damit Diversifizierung künftig stärker als strategische Betriebsoption verankert werden kann.

Schritt 3 Erarbeitung von Handlungsempfehlungen

Auf Grundlage der priorisierten Bedarfe und der formulierten Bildungs- und Beratungsziele wurden Handlungsempfehlungen erarbeitet. Dabei standen folgende Fragen im Mittelpunkt: Was braucht es, damit die Bildungs- und Beratungsziele erreicht werden können? Wo bestehen derzeit Lücken im Bildungs- und Beratungsangebot und welcher Ergänzungsbedarf ergibt sich daraus? Welche konkreten Bildungsformate sowie welche fachlichen und methodischen Kompetenzen benötigen Beraterinnen und Berater, um die Bildungs- und Beratungsziele wirksam zu unterstützen?

Schritt 4 Ableitung konkreter Maßnahmen

Auf Grundlage der erarbeiteten Handlungsempfehlungen wurden konkrete Maßnahmen für die priorisierten Bedarfe abgeleitet.

Workshop 1 und 2

Da der Priorisierung der Bedarfe, der Formulierung der Bildungs- und Beratungsziele sowie der Ableitung von Handlungsempfehlungen eine besondere Relevanz zukommt, wurde beschlossen, den gleichen Workshop sowohl mit der Gruppe der Bildungs- und Beratungsreferentinnen und Referenten als auch mit Expertinnen und Experten mit Expertise im Bereich Diversifizierung durchzuführen, um unterschiedliche Sichtweisen einzubeziehen. Die Workshops fanden in Präsenz statt. Workshop 1 wurde am 26. März 2026 in Innsbruck im Rahmen der Bildungs- und Beratungsreferent:innen-Tagung mit 21 Teilnehmenden durchgeführt. Workshop 2 fand am 14. April 2026 an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik in Wien mit 15 Teilnehmenden statt.

Ablauf Workshop 1 und 2:

- Begrüßung
- Ziele und Ablauf
- Status Quo „Bildungsinitiative Diversifizierung“
- Präsentation der Prioritäten und Diskussion (Schritt 1)
- Anleitung zur Kleingruppenarbeit
- Formulierung der Bildungs- und Beratungsziele (Schritt 2) sowie der Handlungsempfehlungen (Schritt 3) in Kleingruppen
- Präsentation und Diskussion der Ergebnisse aus den Kleingruppen
- Nächste Schritte und Abschluss

Die Priorisierung der Bedarfe erfolgte innerhalb der fünf Kategorien. Im Vorfeld der Workshops 1 und 2 wurde dazu die Einschätzung zu den erhobenen 54 Bedarfen eingeholt. Dabei wurden die Teilnehmenden gefragt: „Welche Bedarfe sollten Ihrer Ansicht nach in Österreich im Rahmen der Diversifizierung verstärkt berücksichtigt werden?“ Zu diesem Zweck wurde allen Teilnehmenden vorab ein interaktives PDF mit allen 54 Bedarfen samt Kurzbeschreibung sowie einer Erläuterung der Bewertungsskala übermittelt.

Im Anschluss an die Priorisierung der Bedarfe erfolgte die Bearbeitung der Bildungs- und Beratungsziele (Schritt 2) sowie der Handlungsempfehlungen (Schritt 3) in vier Kleingruppen.

Die Kategorie „Bildung und Beratung“ wurde dabei als Querschnittsmaterie in allen Kleingruppen berücksichtigt.

- Kleingruppe 1: Trends / mögliche Angebote / Bildung und Beratung
- Kleingruppe 2: Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen / Bildung und Beratung
- Kleingruppe 3: Netzwerke / Bildung und Beratung
- Kleingruppe 4: Marketing und Kommunikation / Bildung und Beratung

In den Gruppen wurden Antworten auf folgende Fragestellungen gemeinsam erarbeitet:

(Formulierung der Bildungs- und Beratungszielen: Schritt 2)

- Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Landwirtinnen und Landwirte erwerben?
- Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Beraterinnen und Berater erwerben?

(Formulierung der Handlungsempfehlungen: Schritt 3)

- Wo bestehen derzeit Lücken im Bildungsangebot? Welche Bildungsangebote braucht es für Landwirtinnen und Landwirte? Was fehlt aktuell? Sollen neue Angebote entwickelt oder bestehende besser vernetzt werden?
- Wo bestehen derzeit Lücken im Beratungsangebot? Welche Kompetenzen benötigen Beraterinnen und Berater? Was fehlt aktuell? Sollen neue Angebote entwickelt oder bestehende besser vernetzt werden?

Die Workshops 1 und 2 fokussierten sich auf die Schritte 1 bis 3 des methodischen Vorgehens.

Alle sechs Workshops wurden im Vorfeld geplant und als Workshop 1 bis 6 über TERMINO an die jeweiligen Organisationen sowie Expertinnen und Experten ausgeschrieben. Aufgrund der Koordination der Termin kalender von insgesamt 83 Teilnehmenden entsprach die tatsächliche zeitliche Durchführung jedoch nicht der vorgesehenen Nummerierung. So fand Workshop 3 nach Workshop 4 statt, während Workshop 6 vor Workshop 5 durchgeführt wurde. Da Workshop 6 das eigenständige Thema „Diversifizierung sichtbar machen“ behandelte, hatte diese Verschiebung keine Auswirkungen auf den methodischen Ablauf.

Workshop 3

Obwohl Workshop 3 aufgrund organisatorischer Rahmenbedingungen nach Workshop 4 durchgeführt wurde, behielt er seine ursprüngliche Funktion im methodischen Ablauf bei. Auf Basis der Ergebnisse aus den Workshops 1, 2 und 4 wurde in Workshop 3 die Priorisierung der Maßnahmen mit besonderer Umsetzungsrelevanz für Bildung und Beratung gemeinsam mit Expertinnen und Experten der Landwirtschaftskammern und der LFI im kleinen Kreis diskutiert. Ziel war die gemeinsame Priorisierung und Schärfung der wichtigsten Maßnahmen für Bildungs- und Beratungsangebote zur Diversifizierung. Der Fokus des Workshops lag auf der Umsetzbarkeit der erarbeiteten Prioritäten, Handlungsempfehlungen und Maßnahmen. Die Entwicklung neuer Inhalte oder Maßnahmen war nicht Ziel des Workshops. Der Workshop fand am 19. Mai 2026 online mit zehn Teilnehmenden statt.

Für Workshop 3 wurden die bis zu diesem Zeitpunkt vorliegenden Ergebnisse der Workshops 1, 2 und 4 als Arbeitsgrundlage herangezogen.

Ablauf Workshop 3:

- Begrüßung und Blitzvorstellung der Teilnehmenden
- Ziele und Ablauf
- Präsentation der Ergebnisse (Schritt 1, 2, 3)
- Priorisierung und Schärfung der Maßnahmen für Bildung und Beratung (Schritt 4)
- Nächste Schritte und Abschluss

Für Workshop 3 wurde auf Basis der Ergebnisse der bereits durchgeführten Workshops ein Maßnahmenentwurf erstellt, der im Workshop gemeinsam diskutiert, priorisiert und konsolidiert wurde. Um die Konsolidierung nicht bereits im Vorfeld zu stark zu beeinflussen, wurde auf die Gliederung entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes verzichtet. Stattdessen erfolgte die Strukturierung anhand der im bisherigen Workshopprozess bearbeiteten Themenbereiche:

- Bildung und Beratung
- Unternehmerkompetenz und Geschäftsmodellentwicklung
- Best Practice und Wissenstransfer
- Kooperation und Netzwerke
- Rechtliche Rahmenbedingungen und Förderungen
- Organisationsstrukturen
- Daten und Kennzahlen

Zur Unterstützung der Diskussion wurden folgende Fragestellungen bearbeitet:

(Formulierung Maßnahmen: Schritt 4)

- Welche Maßnahmen haben den größten Hebel für eine erfolgreiche Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe?
- Welche Maßnahmen sollten prioritär umgesetzt werden?
- Wie sollten diese Maßnahmen umgesetzt werden und wer ist dafür zuständig?

Für die Ableitung der Maßnahmen entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes wurde beschlossen, die fünf Abschnitte auf zwei Workshops aufzuteilen. Eingeladen wurden Expertinnen und Experten mit hoher Expertise im Bereich Diversifizierung. Die Teilnehmenden waren andere Personen als in den Workshops 1 und 2. Workshop 4 fand am 5. Mai 2026 online mit 12 Teilnehmenden statt, Workshop 5 am 11. Juni 2026 ebenfalls online mit 10 Teilnehmenden.

Workshop 4 und 5

Auf Basis der Ergebnisse und Priorisierungen aus den Workshops 1 und 2 wurden die Top-10-Bedarfe sowie die Top-15-Handlungsempfehlungen abgeleitet. Diese bildeten die Grundlage für die weiteren Workshops. Die Bedarfe und Handlungsempfehlungen wurden entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes thematisch zugeordnet. Diese Zuordnung in fünf Abschnitte stellte eine methodische Konkretisierung des dritten Schrittes – der Erarbeitung von Handlungsempfehlungen – dar und diente dazu, die Ableitung konkreter Maßnahmen (Schritt 4) gezielt zu unterstützen.

Abschnitte entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes:

1. Orientierung und Geschäftsmodellentwicklung (Geschäftsmodell und Markt)

Produkte und Leistungen orientieren sich an realer Nachfrage. Höhere Wertschöpfung durch zielgruppenorientierte Angebote.

2. Umsetzungskompetenz und Unternehmertum (Unternehmertum und Kompetenzen)

Höhere Erfolgsquote bei der Umsetzung neuer Geschäftsmodelle. Reduzierung von wirtschaftlichen Umsetzungsrisiken.

3. Operative Umsetzung und Ressourcen (Umsetzung und Betrieb)

Verbesserte Wettbewerbsfähigkeit durch effiziente Betriebsstrukturen.

4. Marktzugang und Kooperation (Vermarktung und Netzwerke)

Erhöhte Sichtbarkeit, höhere Nachfrage. Stärkere regionale Wertschöpfung durch funktionierende Netzwerke.

5. Systemische Ermöglichung (Begleitung und Systemzugang)

Beschleunigte Umsetzung durch reduzierte Systemhürden. Steigerung der Innovationsrate im ländlichen Raum.

Workshop 4 behandelte die Abschnitte 1 bis 3, Workshop 5 die Abschnitte 4 und 5. Da die Erarbeitung eines Fahrplans für ein „Kompetenzzentrum Diversifizierung“ als Vernetzungsknoten einen Schwerpunkt des Projekts darstellt, wurde dieses Thema im Workshop 5 im Rahmen des Abschnitts „Marktzugang und Kooperation“ zusätzlich behandelt. Im Mittelpunkt stand dabei folgende Fragestellung: Ist ein Wissens- und Vernetzungsknoten „Diversifizierung“ bzw. ein HUB sinnvoll? Welche Argumente sprechen dafür bzw. dagegen, und welche Voraussetzungen braucht es für eine erfolgreiche Umsetzung?

Ablauf Workshop 4 und 5:

- Begrüßung
- Ziele und Ablauf
- Status Quo „Bildungsinitiative Diversifizierung“
- Präsentation der Ergebnisse (Schritt 1, 2, 3)
- Priorisierung und Schärfung der Maßnahmen für Bildung und Beratung (Schritt 4)
- Nächste Schritte und Abschluss

Zur Unterstützung der Diskussion wurden in den Workshops folgende Fragestellungen bearbeitet:

(Formulierung Maßnahmen: Schritt 4)

- Was hat die größte Hebelwirkung im System?
- Was ist im Bereich Bildung und Beratung realistisch umsetzbar?

Workshop 6

Der sechste Workshop „Diversifizierung – zwischen Leidenschaft und Wirtschaftlichkeit. Diversifizierung sichtbar machen“ fand am 9. Juni 2026 in Präsenz im Rahmen der Veranstaltung „Speeding-up Innovation. Vernetzung von Forschung und Praxis. Mehr Vielfalt am Hof: Betriebsentwicklung durch Diversifizierung“ an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik in Wien mit 15 Teilnehmenden statt.

Der Workshop knüpfte an die Ergebnisse der Workshops 1 bis 4 an und vertiefte einen Themenbereich, der sich bereits im gesamten Workshopprozess als besonders relevant herauskristallisiert hatte: Aspekte der Sichtbarkeit, Kommunikation und Vernetzung spielten sowohl bei der Priorisierung der Bedarfe als auch bei der Erarbeitung der Handlungsempfehlungen und Maßnahmen eine zentrale Rolle. Darüber hinaus wurden sie im Rahmen der Wertschöpfungslogik dem Abschnitt „Marktzugang und Kooperation (Vermarktung und Netzwerke)“ zugeordnet.

Vor diesem Hintergrund beschäftigte sich Workshop 6 mit der Frage, wie die vielfältigen Leistungen und Angebote im Bereich der Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe sichtbarer gemacht und stärker im Bewusstsein der Landwirtschaft, der Gesellschaft und relevanter Akteurinnen und Akteure verankert werden können. Im Mittelpunkt standen Fragen der Kommunikation und Bewusstseinsbildung, der Vernetzung sowie der gezielten Unterstützung landwirtschaftlicher Betriebe bei der Vermarktung neuer Diversifizierungsangebote.

Im Workshop wurde klargestellt, dass Diversifizierung nicht im Sinne eines „Verlassens der Landwirtschaft“ zu verstehen ist, sondern als Integration, Vernetzung und Erweiterung innerhalb eines landwirtschaftlichen Wertschöpfungssystems. Die im Förderkontext teilweise verwendeten Begriffe „außerhalb der Landwirtschaft“ bzw. „nicht-landwirtschaftliche Tätigkeiten“ dienen ausschließlich der formalen Abgrenzung von Förderkategorien und beschreiben nicht die inhaltliche Ausrichtung des Projekts.

Dementsprechend stand im Workshop weniger die begriffliche Diskussion im Vordergrund als vielmehr die Frage, wie bestehende und zukünftige Wertschöpfungs- und Entwicklungsmöglichkeiten landwirtschaftlicher Betriebe sichtbar gemacht, kommuniziert und unterstützt werden können.

Ablauf Workshop 6:

- Begrüßung
- Präsentation zentraler Ergebnisse und Einstieg in die Diskussion „Diversifizierung sichtbar machen“
- Workshop: Entwicklung konkreter Maßnahmen für mehr Sichtbarkeit und Bewusstseinsbildung
- Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse
- Nächste Schritte und Abschluss

Zur Unterstützung der Diskussion wurden folgende Fragestellungen bearbeitet (Schritt 4):

- Wie machen wir Diversifizierung für landwirtschaftliche Betriebe greifbarer und attraktiver?
- Wie kann der Nutzen der Diversifizierung für Betriebe, Regionen und die Gesellschaft sichtbar gemacht werden?
- Was braucht es, damit Diversifizierung innerhalb und außerhalb der Landwirtschaft mehr Akzeptanz erhält?
- Wie können Kooperationen zwischen Landwirtschaft und anderen Bereichen besser sichtbar gemacht und stärker genutzt werden?

Zeitliche Abfolge und Dauer der Workshops

Die Workshops fanden zwischen Ende März und Mitte Juni 2026 statt. Entgegen der ursprünglichen Planung wurden drei statt zwei Workshops in Präsenz durchgeführt, weitere drei Workshops fanden online über die Videokonferenzplattform Zoom statt. Die Präsenz-Workshops dauerten in der Regel maximal 3,5 Stunden. Eine Ausnahme bildete der Workshop im Rahmen der Veranstaltung „Speeding Up Innovation“, der eine Dauer von 1¾ Stunden hatte. Die Online-Workshops dauerten jeweils zwei Stunden.

Vor Beginn der Online-Workshops wurde das Einverständnis zur Aufzeichnung eingeholt. Zusätzlich wurden begleitend Notizen angefertigt. Darüber hinaus wurde das Einverständnis der Teilnehmenden zur anonymisierten Auswertung und Veröffentlichung der Ergebnisse eingeholt (siehe Anhang I).

Die Nummerierung der Workshops entspricht dem ursprünglichen methodischen Konzept und der Projektplanung. Aufgrund organisatorischer Rahmenbedingungen sowie der Verfügbarkeit der Teilnehmenden wich die tatsächliche zeitliche Durchführung teilweise von der ausgeschriebenen Reihenfolge ab. So fand Workshop 4 vor Workshop 3 statt und Workshop 6 vor Workshop 5. Diese Verschiebungen hatten keine Auswirkungen auf den methodischen Ablauf des Projekts.

Workshop	Datum	Methodische Funktion
W1	26.03.2026 (Präsenz) (21 TN)	Priorisierung der Bedarfe sowie Formulierung von Bildungs- und Beratungszielen und Handlungsempfehlungen (Schritt 1, 2 und 3)
W2	14.04.2026 (Präsenz) (15 TN)	Priorisierung der Bedarfe sowie Formulierung von Bildungs- und Beratungszielen und Handlungsempfehlungen (Schritt 1, 2 und 3)
W4	05.05.2026 (Online) (12 TN)	Ableitung von Maßnahmen entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes, Teil 1 (Schritt 4)
W3	19.05.2026 (Online) (10 TN)	Konsolidierung und Priorisierung der Maßnahmen für Bildung und Beratung (Schritt 4)
W6	09.06.2026 (Präsenz) (15 TN)	Vertiefung des Themenfeldes „Diversifizierung sichtbar machen“ mit Fokus auf Kommunikation, Bewusstseinsbildung und Vernetzung (Schritt 4)
W5	11.06.2026 (Online) (10 TN)	Ableitung von Maßnahmen entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes (Teil 2) sowie Diskussion zum Aufbau eines Kompetenzzentrums Diversifizierung (Schritt 4)

1.2 Datenanalyse

Die Workshops wurden vollständig transkribiert. Die Protokolle wurden anschließend anonymisiert und allen Teilnehmenden zur Freigabe übermittelt.

Die Auswertung der sechs Workshopprotokolle erfolgte in Form einer strukturierten, inhaltsbezogenen Analyse. Die Transkripte wurden mehrfach sorgfältig durchgelesen, um zentrale Aussagen, Einschätzungen und Erfahrungen der Teilnehmenden systematisch zu erfassen. Die relevanten Inhalte wurden zunächst den fünf Themenbereichen **Trends und mögliche Angebote, Bildung und Beratung, Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen, Netzwerke** sowie **Marketing und Kommunikation** zugeordnet. Anschließend wurden inhaltlich ähnliche Aussagen gebündelt, Überschneidungen zusammengeführt und Mehrfachnennungen verdichtet.

Die Priorisierung erfolgte in mehreren aufeinander aufbauenden Schritten. Ausgangspunkt bildeten die im Rahmen der Bedarfserhebung identifizierten 54 Bedarfe. Diese wurden in den Workshops zunächst innerhalb der fünf Themenbereiche priorisiert und auf maximal 22 priorisierte Bedarfe reduziert. Aufbauend darauf wurden Bildungs- und Beratungsziele formuliert sowie Handlungsempfehlungen erarbeitet. Aus den Ergebnissen der Workshops 1 und 2 wurden anschließend die Top-10-Bedarfe sowie die Top-15-Handlungsempfehlungen abgeleitet. Diese bildeten die Grundlage für die weitere Maßnahmenentwicklung.

Für die Ableitung der Maßnahmen wurden die priorisierten Bedarfe und Handlungsempfehlungen entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes strukturiert.

Die Zuordnung zu den fünf Abschnitten **Orientierung und Geschäftsmodellentwicklung, Umsetzungs-kompetenz und Unternehmertum, Operative Umsetzung und Ressourcen, Marktzugang und Kooperation** sowie Systemische Ermöglichung bildete die methodische Grundlage für die Erarbeitung konkreter Maßnahmen in den Workshops 4 und 5. Im Workshop 3 wurden die Maßnahmen hinsichtlich ihrer Umsetzungsrelevanz diskutiert, priorisiert und konsolidiert. Workshop 6 ergänzte den Analyseprozess um Fragestellungen zur Sichtbarkeit von Diversifizierung, Kommunikation und Vernetzung und vertiefte insbesondere den Themenbereich **Marktzugang und Kooperation**.

Im Zentrum der Datenanalyse stand die Frage, inwiefern die Ergebnisse der Workshops einen Beitrag zur Zielerreichung des Projekts „Bildungsinitiative Diversifizierung – (neue) Wertschöpfungsstrategien für die kleinstrukturierte multifunktionale Landwirtschaft in Österreich“ leisten. Ziel der Bildungsinitiative ist es, durch Diversifizierung die wirtschaftliche Position der Bäuerinnen und Bauern zu stärken und damit zum Erhalt der kleinstrukturierten multifunktionalen Landwirtschaft beizutragen.

Die Datenanalyse erfolgte somit im Rahmen eines strukturierten qualitativen Auswertungs- und Verdichtungsprozesses. Im Mittelpunkt standen die systematische Zusammenführung der Workshop-Ergebnisse, die Bündelung inhaltlich ähnlicher Aussagen, die Priorisierung der Bedarfe sowie die Ableitung von Handlungsempfehlungen und Maßnahmen. Auf eine formale qualitative Inhaltsanalyse oder ein Codierungsverfahren wurde verzichtet.

Die Ergebnisse werden im folgenden Kapitel dargestellt.

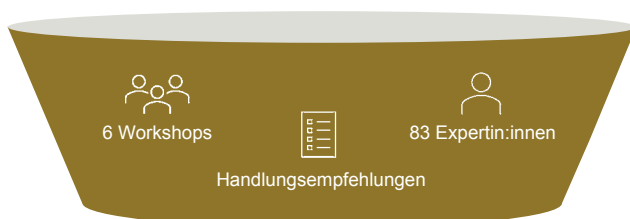
2. ERGEBNISSE DER WORKSHOPS: ABLEITUNG VON PRIORITÄTEN, HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND MASSNAHMEN

Kapitel 2 präsentiert die Ergebnisse der Workshops. Es wurden sechs Workshops mit insgesamt 83 Expertinnen und Experten durchgeführt. Drei Workshops fanden in Präsenz statt, drei weitere wurden online durchgeführt.

*„Diversifizierung ist für viele
Bäuerinnen in Österreich kein
Fremdwort mehr. Mit der
Diversifizierung lässt sich
das betriebliche Einkommen
verbessern.“*

LK Österreich (2019): Diversifizierung –
Neue Einkommenschancen am Bauernhof, Juli 2019

MASSNAHMEN



Die anonymisierten Workshopprotokolle werden den Leserinnen und Lesern im Anhang I. zur Verfügung gestellt. Sie enthalten zahlreiche ergänzende Erkenntnisse und Anregungen, die über die in Kapitel 2 dargestellten Ergebnisse hinausgehen und einen vertieften Einblick in die Diskussionen der Workshops ermöglichen. Die Zustimmung der Teilnehmenden zur anonymisierten Weitergabe und Veröffentlichung dieser Inhalte liegt vor.

Landwirtschaftliche Betriebe befinden sich hinsichtlich ihrer Diversifizierungsaktivitäten in unterschiedlichen Entwicklungsphasen. Diversifizierung ist kein einheitlicher Entwicklungsprozess, sondern geht mit unterschiedlichen Ausgangslagen, Erfahrungen und Entwicklungszielen einher. Daraus ergeben sich unterschiedliche Bildungs- und Qualifizierungsbedarfe.

Während Betriebe, die einen Einstieg in die Diversifizierung planen, insbesondere grundlegende Informationen, Orientierungswissen und Entscheidungshilfen für die Entwicklung neuer Betriebszweige benötigen, steht bei Betrieben mit bereits bestehenden Diversifizierungsaktivitäten die Vertiefung von Wissen, die Erschließung zusätzlicher Diversifizierungsbereiche sowie die Weiterentwicklung und Professionalisierung bestehender Angebote im Vordergrund. Darüber hinaus gibt es Betriebe, die bestehende Diversifizierungsaktivitäten aufgrund veränderter betrieblicher, familiärer oder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen reaktivieren oder neu ausrichten möchten.

Die Maßnahmen des Projekts sollten daher die unterschiedlichen Wissensstände, Erfahrungen und Entwicklungsziele der Betriebe berücksichtigen und entsprechende Bildungs- und Qualifizierungsangebote für die verschiedenen Entwicklungsphasen der Diversifizierung bieten

2.1 Priorisierung der Bedarfe, Definition der Bildungs- und Beratungsziele und Ableitung von Handlungsempfehlungen

2.1.1 Priorisierung der Bedarfe

Schritt 1 Priorisierung der Bedarfe

Die Priorisierung der Bedarfe erfolgte in den Workshops 1 und 2 auf Grundlage der fünf Kategorien:

1. Trends / mögliche Angebote
2. Bildung und Beratung
3. Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen
4. Netzwerke
5. Marketing und Kommunikation

Im Vorfeld der Workshops wurden den Teilnehmenden die 54 identifizierten Bedarfe mit der Bitte um eine Prioritätseinschätzung übermittelt. Die Bewertung erfolgte anhand einer fünfstufigen Skala: (1) höchste Priorität, (2) hoch, (3) mittel, (4) niedrig, (5) sehr niedrig sowie der Antwortmöglichkeit „Kann ich nicht beurteilen“.

Dabei wurden die Teilnehmenden gefragt: „Welche Bedarfe sollten Ihrer Ansicht nach in Österreich im Rahmen der Diversifizierung verstärkt berücksichtigt werden?“ Insgesamt wurden 19 Rückmeldungen ausgewertet.

Die jeweils fünf höchstgereihten Bedarfe je Kategorie bzw. die zwei Bedarfe der Kategorie „Marketing und Kommunikation“ wurden in den Workshops präsentiert. Im Workshop 1 war die Teilnahme an der Priorisierung verpflichtend (15 Rückmeldungen), im Workshop 2 erfolgte sie auf freiwilliger Basis (4 Rückmeldungen).

Ziel der Workshops 1 und 2 war die Konsolidierung und Verdichtung der identifizierten Bedarfe. Dabei wurden die 54 Bedarfe zunächst auf 22 priorisierte Bedarfe reduziert und in weiterer Folge die Top-10-Bedarfe (**Schritt 1**) abgeleitet. Aufbauend auf diesen Top-10-Bedarfen wurden die Bildungs- und Beratungsziele (**Schritt 2**) formuliert sowie die Handlungsempfehlungen (**Schritt 3**) erarbeitet.

5 Kategorien					
Workshop 1 + 2 WS 1: Bildungs- und Beratungsreferentinnen und Referenten der LKs und LFIs WS 2: Expertinnen und Experten im Bereich Diversifizierung	Trends / mögliche Angebote	Bildung und Beratung	Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen	Netzwerke	Marketing und Kommunikation
Input 54 Bedarfe der Bedarfsanalyse					
Top 5 Bedarfe WS 1 (Ranking 1 - 5)	5, 39, 9, 35, 8	43, 10, 16, 13, 18	25, 26, 24, 47, 45	32, 33, 49, 51, 48	34, 54
Top 5 Bedarfe WS 2 (Ranking 1 - 5)	5, 9, 35, 8, 6	19, 10, 11, 13, 21	25, 26, 24, 47, 45	33, 27, 28, 29, 31	34, 54
Top 10 Bedarfe	5	10, 11, 13, 18, 21	25, 26	33	34

Übersicht der Top-Bedarfe, Workshop 1 und 2 (Eigene Darstellung).

Die nachfolgend dargestellten Top-10-Bedarfe wurden im Rahmen der Workshops priorisiert und bilden die Grundlage für die Ableitung der Bildungs- und Beratungsziele, Handlungsempfehlungen und Maßnahmen.

TRENDS / MÖGLICHE ANGEBOTE

Bedarf 5

Diversifizierung marktorientiert gestalten und neue Zielgruppen erschließen

Um die Zukunftsfähigkeit der Landwirtschaft zu sichern, ist es notwendig, neue Zielgruppen anzusprechen und gesellschaftliche Trends aktiv aufzugreifen. Eine moderne Landwirtschaft versteht sich nicht nur als Produktionsstätte, sondern als vielfältiger Lebens-, Sozial- und Wirtschaftsraum, der auf veränderte Konsumgewohnheiten, Werte und Lebensstile reagiert. Entwicklungen wie Regionalität, pflanzenbasierte Ernährung, Nachhaltigkeit oder alternative Lebensformen eröffnen neue Marktchancen. Diese können durch innovative, zielgruppenspezifische Angebote – von Premiumprodukten über digitale Dienstleistungen bis hin zu Erlebnis- und Beteiligungsformaten – genutzt werden. Voraussetzung dafür ist ein Umdenken von einer angebots- hin zu einer konsequent nachfrageorientierten Ausrichtung, die die Bedürfnisse von Konsumentinnen und Konsumenten sowie neuer Akteursgruppen, wie Quereinsteigerinnen, Quereinsteigern oder außerfamiliären Hofnachfolgerinnen und Hofnachfolgern, in den Mittelpunkt stellt. Eine marktorientierte Diversifizierung stärkt die Wettbewerbsfähigkeit und eröffnet landwirtschaftlichen Betrieben neue wirtschaftliche Perspektiven.

Ziel: Landwirtschaft soll als innovativer, attraktiver und vielfältiger Wirtschafts- und Lebensraum positioniert werden. Durch marktorientierte und zielgruppenspezifische Diversifizierung sollen neue Märkte, Zielgruppen und Geschäftsfelder erschlossen werden. Dazu gehören innovative Erlebnis- und Arbeitsangebote (z. B. Workation, Slow Tourism, Digital Detox oder Wellness-Angebote), zielgruppenspezifische Angebote für Städterinnen und Städter, Seniorinnen und Senioren sowie Do-it-yourself-Communities, Sharing-Modelle für Maschinen, Flächen, Infrastruktur und Personal, Premium-Nischenprodukte (z. B. Trüffel oder Microgreens), innovative verarbeitete und haltbare Produkte für Großküchen sowie Unterstützungsangebote für die öffentliche Beschaffung. Darüber hinaus sollen Bildungs- und Starterpakete für Quereinsteigerinnen, Quereinsteiger und Betriebsleiterinnen bzw. Betriebsleiter ohne landwirtschaftlichen Hintergrund entwickelt werden.

Die Landwirtschaft muss Trends aktiv aufgreifen und Diversifizierungsangebote konsequent an der Nachfrage ausrichten, um neue Zielgruppen und Märkte zu erschließen. [Bedarf 5]

BILDUNG UND BERATUNG

Bedarf 10

Unternehmerische und persönliche Kompetenzen für eine vielfältige und zukunftsfähige Diversifizierung in der Landwirtschaft fördern

Die Zukunft landwirtschaftlicher Betriebe hängt zunehmend von unternehmerischem Denken, betriebswirtschaftlichem Know-how und persönlicher Entwicklung ab. Fachliches Wissen allein reicht nicht mehr aus – gefragt sind Managementkompetenz, Innovationsgeist, Marketingverständnis, digitale Kompetenzen sowie die Fähigkeit, strategisch zu handeln und Veränderungen aktiv zu gestalten. Gleichzeitig sind persönliche Reife, Resilienz und soziale Kompetenzen entscheidend, um neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, Diversifizierungsstrategien umzusetzen und Betriebe erfolgreich durch den Strukturwandel zu führen. Zur Förderung dieser Zukunftskompetenzen braucht es praxisnahe, verständliche und motivierende Lernformate entlang der gesamten Bildungskette – von der schulischen und beruflichen Ausbildung über die Weiterbildung bis hin zur Persönlichkeitsentwicklung.

Landwirtschaftliche Betriebe brauchen mehr unternehmerisches Denken, betriebswirtschaftliches Know-how und persönliche Kompetenzen, um Diversifizierung erfolgreich und zukunftsfähig gestalten zu können.

[Bedarf 10]

Ziel: Unternehmerisches Denken, betriebswirtschaftliche Kompetenzen, persönliche Reife und Resilienz sollen systematisch gestärkt werden, um landwirtschaftliche Betriebe in ihrer wirtschaftlichen und strategischen Entwicklung zu unterstützen, Innovationskraft zu fördern und die Diversifizierung als modernes, attraktives und zukunftsfähiges Berufsfeld zu positionieren.

Beispiele: Kurse zu Persönlichkeitsentwicklung, Konfliktlösung und Unternehmenskultur, Programme zu Selbstreflexion, Resilienz und dem Umgang mit Scheitern, Simulationen von Unternehmensgründungen und neuen Betriebszweigen, Start-up-Kurse, Fallstudien und Modellkalkulationen, Bildungsangebote zur Förderung von Gründungskompetenzen, bedarfsgerechte Förderprogramme für kleinere Betriebe, Definition und Erhebung von Erfolgskennzahlen im Bereich Diversifizierung, Mentoring- und Buddy-Programme, Austauschformate zwischen Praktikerinnen und Praktikern sowie Workshops zu Kreativitätstechniken und Entscheidungsfindung. Zudem soll die mentale Gesundheit als fester Bestandteil in Bildung und Beratung verankert werden.

Bedarf 11

Beratungskompetenz und branchenübergreifende Netzwerke für Innovation und Diversifizierung stärken

Für erfolgreiche Innovationen und Diversifizierung braucht es Beratung und tragfähige Netzwerke – auch über Branchengrenzen hinweg. Entscheidend sind praxisnah qualifizierte Ansprechpersonen sowie wirksame Strukturen für die Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Tourismus, Gastronomie, Handel und weiteren Wirtschaftsbereichen. Durch gezielte Qualifizierung und den Ausbau branchenübergreifender Netzwerke kann die Begleitung von Innovations- und Diversifizierungsprozessen nachhaltig gestärkt werden.

Für Innovation und Diversifizierung sind qualifizierte Beratung und starke, branchenübergreifende Netzwerke notwendig, die Landwirtschaft mit Tourismus, Gastronomie, Handel und weiteren Bereichen verbinden.
[Bedarf 11]

Ziel: Sicherstellung einer wirksamen Begleitung von Innovations- und Diversifizierungsprozessen sowie Erschließung neuer Kooperationspotenziale im ländlichen Raum durch qualifizierte Beratung und branchenübergreifende Netzwerke.

Beispiele: Schulungen für Beraterinnen und Berater zu Soft Skills, Ausbildung von Peer-to-Peer-Coaches in der Landwirtschaft, Rückkopplungssysteme zur regelmäßigen Evaluation und Weiterentwicklung von Beratungs- und Netzwerkangeboten, Bildungsangebote zur transdisziplinären Kommunikation sowie Formate zur stärkeren Zusammenarbeit mit Tourismus, Gastronomie, Handel, Kultur, Handwerk und weiteren Branchen.

Bedarf 13

Digitale Transformation zur Entlastung und zukunftsfähigen Betriebsführung in der Diversifizierung fördern

Digitale Werkzeuge sind ein zentraler Bestandteil erfolgreicher Betriebsführung – von der Vermarktung über die Kommunikation bis hin zur Organisation und Verwaltung. Sie ermöglichen effizientere Abläufe, stärken die Marktposition und eröffnen neue Chancen für Wachstum und Innovation. Um diese Potenziale besser zu nutzen, braucht es praxisnahe Bildungs- und Beratungsangebote zum Aufbau digitaler Kompetenzen – von Website-Gestaltung und Social Media bis zur Integration digitaler Tools und KI-gestützter Lösungen im Betriebsalltag. Insbesondere kleine und mittlere landwirtschaftliche Betriebe schöpfen die Möglichkeiten der Digitalisierung bislang oft nicht ausreichend aus. Gleichzeitig können digitale Systeme Bürokratie abbauen, Routineaufgaben automatisieren und Verwaltungsprozesse vereinfachen. Voraussetzung dafür sind praxisnahe Bildungsangebote sowie eine Kultur, die Kooperation, Arbeitsteilung und Spezialisierung als selbstverständliche Elemente moderner Betriebsführung versteht.

Ziel: Digitale Kompetenzen und Anwendungen sollen gezielt gestärkt werden, um landwirtschaftliche Betriebe organisatorisch zu entlasten, Entscheidungsprozesse zu verbessern und neue Marktpotenziale in der Diversifizierung zu erschließen.

Beispiele: Zielgruppengerechte Bildungsangebote von „Digitale Basics“ bis „Online-Marketing für Profis“, Mentoring-Modelle zur Förderung digitaler Kompetenzen, KI-gestützte Anwendungen für Preisgestaltung, und Bezahlssysteme, Workshops zu Social Media, Website-Gestaltung und digitaler Selbstvermarktung einschließlich Plattformwahl, Content-Strategie und Kundenbindung, Grundlagen zu Pressearbeit, Storytelling und Bildbearbeitung sowie Unterstützung bei der Auswahl und Nutzung digitaler Anwendungen für Verwaltung, Terminplanung, Kundenkommunikation und Lagerverwaltung.

Digitale Kompetenzen und Werkzeuge müssen gezielt gestärkt werden, damit Betriebe moderne Arbeitsweisen nutzen, organisatorisch entlastet werden und neue Marktchancen in der Diversifizierung ausschöpfen können. [Bedarf 13]

Bedarf 18

Individuelle Beratung und koordinierte Prozessbegleitung für erfolgreiche Diversifizierung

Diversifizierung ist ein individueller Prozess: Jeder landwirtschaftliche Betrieb bringt unterschiedliche Ausgangslagen, Ziele, Werte und soziale Strukturen mit. Standardisierte Beratungsangebote stoßen dabei häufig an ihre Grenzen. Erfolgreiche Unterstützung erfordert deshalb maßgeschneiderte, praxisnahe und langfristige Prozessbegleitung, die fachliche, soziale und unternehmerische Kompetenzen verbindet. Entscheidend für den Erfolg sind die intrinsische Motivation, die persönlichen Lebensumstände und die individuellen Kompetenzen der Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter. Gleichzeitig erschweren institutionelle Trennungen, etwa zwischen Landwirtschafts- und Wirtschaftskammern, den Zugang zu einer abgestimmten Beratung. Daher braucht es koordinierte, interdisziplinäre Beratungsstrukturen, die den Betrieb und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen.

Diversifizierung erfordert individuelle, langfristige und interdisziplinäre Prozessbegleitung, die die spezifischen Ausgangslagen und Bedürfnisse jedes Betriebes in den Mittelpunkt stellt. [Bedarf 18]

Ziel: Individuelle, innovative und nachhaltige Geschäftsmodelle sollen durch bedarfsgerechte und praxisnahe Prozessberatung gefördert werden. Gleichzeitig sollen koordinierte, interdisziplinäre Beratungsstrukturen etabliert werden, die Betriebe effizient bei Diversifizierungs- und Innovationsprojekten begleiten.

Beispiele: Beraterinnen und Berater gezielt in sozialer Kompetenz, Gesprächsführung, Systemdenken und Innovationsmethodik weiterbilden, Fachpersonen mit unternehmerischer, kreativer oder privatwirtschaftlicher Erfahrung (z. B. aus Start-ups, Marketing oder Organisationsentwicklung) einbinden sowie Coaching-Modelle und Peer-Learning-Gruppen zur langfristigen Begleitung landwirtschaftlicher Betriebe etablieren.

Bedarf 21

Gründungskompetenz stärken und eine innovationsfreundliche Kultur in der Diversifizierung aufbauen

Viele landwirtschaftliche Betriebe, die diversifizieren möchten, stehen vor ähnlichen Herausforderungen wie Start-ups: Es fehlen oft vernetzte Strukturen, abgestimmte Beratungen, Marktkenntnisse sowie praxisnahe Unterstützung bei Finanzierung, rechtlichen, steuerlichen und raumordnungsbezogenen Fragestellungen. Bestehende Angebote – etwa in den Bereichen Green Care, Direktvermarktung oder Urlaub am Bauernhof – bestehen häufig als Einzelinitiativen ohne ausreichende Vernetzung. Gleichzeitig sind Gründungsprogramme von Landwirtschafts- und Wirtschaftskammern oft nur unzureichend aufeinander abgestimmt. Um Diversifizierung zu erleichtern, braucht es zentrale Anlaufstellen, interdisziplinäre Beratungsteams sowie eine innovationsfreundliche Gründerkultur, die den Zugang zu Wissen, Beratung und Netzwerken verbessert.

Landwirtschaftliche Betriebe benötigen zentrale, praxisnahe Unterstützungsstrukturen, um Gründungskompetenz aufzubauen und innovative Diversifizierungsmodelle verlässlich entwickeln und umsetzen zu können. [Bedarf 21]

Ziel: Gründungskompetenz in der Landwirtschaft stärken, indem zentrale, praxisnahe und interdisziplinäre Unterstützungsstrukturen geschaffen werden. Dadurch sollen Unsicherheiten reduziert, Risiken minimiert und eine lebendige Innovations- und Gründerkultur im Bereich Diversifizierung gefördert werden.

Beispiele: Aufbau eines Kompetenzzentrums
Diversifizierung als zentrale Online-/Hybrid-Plattform
für Beratung, Qualifizierung, Netzworkebildung und
Wissenstransfer, koordinierte Zusammenarbeit von
Landwirtschafts- und Wirtschaftskammern zur Ver-
zahnung bestehender Gründerprogramme, interdis-
ziplinäre Beratungsteams. Einbindung erfolgreicher
Praxisbetriebe, Pre-Seed-Förderungen für Mach-
barkeitsstudien und innovative Geschäftskonzepte
sowie feste Ansprechpartnerinnen und Ansprech-
partner für Diversifizierung in Kammern, Ministerien
und Regionen.

FINANZIERUNG, RECHTS- UND ORGANISATIONSFORMEN

Bedarf 25

**Bürokratische, rechtliche und verwaltungs-
technische Hindernisse reduzieren, um innovative
Diversifizierungsmodelle zu ermöglichen**

Ein innovationsfreundliches Umfeld erfordert praxis-
nahe Orientierungshilfen, verständliche Informationen,
flexible Übergangsregelungen sowie klare und sektoren-
übergreifend abgestimmte Rahmenbedingungen, die
gleiche Chancen und Pflichten für alle Unternehmer-
innen und Unternehmer gewährleisten und hybride
Geschäftsmodelle (Kombinationen aus Landwirtschaft
und Gewerbe) ermöglichen. Gleichzeitig sind ein
kontinuierlicher Dialog zwischen Landwirtschaft,
Politik und Behörden sowie praxisnahe Beratungs-
angebote notwendig, um Betriebe bei der rechts-
sicheren Umsetzung neuer Geschäftsmodelle zu
unterstützen.

*Innovative Diversifizierungsmodelle brauchen
klare, flexible und abgestimmte rechtliche Rahmen-
bedingungen, die Bürokratie reduzieren und hybride
Geschäftsmodelle ermöglichen. [Bedarf 25]*

Ziel: Betriebe sollen durch klare Zuständigkeiten,
flexible Verfahren, praxisgerechte Unterstützungs-
angebote sowie faire und sektorenübergreifend abge-
stimmte Regelungen dabei unterstützt werden, unter-
schiedliche Formen der Diversifizierung und hybride
Geschäftsmodelle erfolgreich umzusetzen.

Beispiele: Anpassung der Gewerbeordnung, Entwick-
lung von „Gewerbelicht“-Modellen für landwirtschafts-
nahe Tätigkeiten, rechtlich abgesicherte Test- und
Experimentierzonen („Sandboxen“) für innovative
Geschäftsmodelle, Überarbeitung raumplanerischer
und baurechtlicher Vorgaben, vereinfachte Geneh-
migungsverfahren für kleinere oder innovative Vor-
haben, Bereitstellung rechtssicherer Musterlösungen
und Orientierungshilfen sowie regelmäßige Dialog-
foren zwischen Landwirtschaft, Verwaltung und
Politik zu Themen wie Baurecht, Raumplanung und
Förderprogrammen.

Bedarf 26

Komplexe und schwer zugängliche Förderinstrumente für Diversifizierungsprojekte vereinfachen

Innovative und diversifizierte Geschäftsmodelle in der Landwirtschaft benötigen flexible, praxisnahe und zielgruppengerechte Finanzierungs- und Förderinstrumente. Bestehende Programme sind häufig zu starr, unübersichtlich oder auf traditionelle Betriebsstrukturen ausgerichtet. Dadurch stoßen insbesondere kleinere Betriebe, Frauen, Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger sowie junge Menschen auf Hürden, etwa durch aufwändige Antragsverfahren, fehlende Anschubfinanzierungen oder unzureichende Unterstützung innovativer Ideen. Ein modernes Förder- und Finanzierungssystem sollte unterschiedliche Betriebsformen und Lebensrealitäten berücksichtigen, institutionelle Trennungen zwischen Landwirtschaft und Gewerbe überwinden und den Zugang zu Finanzierung sowie Kooperationen erleichtern.

Förder- und Finanzierungssysteme müssen einfacher, flexibler und zielgruppengerecht gestaltet werden, damit innovative Diversifizierungsprojekte leichter umgesetzt werden können. [Bedarf 26]

Ziel: Die Förderlandschaft soll vereinfacht, flexibilisiert und auf unterschiedliche Betriebsgrößen, Geschäftsmodelle und Zielgruppen ausgerichtet werden, um den Zugang zu Finanzierung zu erleichtern und innovative Diversifizierungsprojekte wirksam zu unterstützen.

Beispiele: Schulungen zu alternativen Finanzierungsformen wie Crowdfunding, Genussrechten, Mikrokrediten und Start-up-Finanzierungen, Kommunikation erfolgreicher Finanzierungsbeispiele, transparente Informationsplattformen zu Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten, Vereinfachung und stärkere Projektorientierung klassischer Förderprogramme, niederschwellige Instrumente wie Innovationsschecks, Förderchecks für Kleinprojekte oder Versuchsförderungen sowie die Kombination öffentlicher Förderungen mit privaten Investments, Investitionspools, Bürgerfonds oder Stiftungen.

NETZWERKE

Bedarf 33

Direktvermarktung strategisch weiterentwickeln und als Diversifizierungsmotor stärken

Regionale Produkte gewinnen zunehmend an Bedeutung – das Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher an Qualität, Herkunft und Nachhaltigkeit wächst. Gleichzeitig steigen die Erwartungen an Komfort, digitale Lösungen, transparente Kommunikation und verlässliche Verfügbarkeit. Direktvermarktung muss daher Tradition mit Innovation verbinden und braucht professionelle Strukturen, moderne Vertriebskanäle, leistungsfähige Logistik sowie tragfähige Netzwerke. Insbesondere an den Schnittstellen zu Gastronomie, Tourismus, Bauwesen und Logistik eröffnen sich neue Chancen für Diversifizierung, Wertschöpfung und regionale Entwicklung. Strategische Partnerschaften und innovative Vermarktungsmodelle können die Direktvermarktung nachhaltig stärken.

Direktvermarktung braucht moderne Strukturen, digitale Lösungen und starke Netzwerke, um regionale Wertschöpfung zu steigern und weiterhin als Motor der Diversifizierung zu wirken. [Bedarf 33]

Ziel: Höhere Wertschöpfung durch stärkere Kundenbindung, moderne Verkaufsformen und leistungsfähige Vermarktungs- und Logistiknetzwerke.

Eine aktuelle Studie vom Mai 2026 unterstreicht die steigende Bedeutung der bäuerlichen Direktvermarktung in Österreich. Die Studie wurde von KeyQUEST im Auftrag von „Bäuerliche Direktvermarkter Österreich – Gutes vom Bauernhof“ durchgeführt.

Beispiele: Hybride Verkaufslösungen (24/7-Hofläden, Walk-in-Stores, Selbstbedienungssysteme), Versand- und Lieferoptionen (Online-Bestellungen, regionale Abholstationen), gemeinsame Lieferketten mit Nahversorgern, Gastronomie und Lebensmittel-einzelhandel, Business-to-Business-Vermarktungsplattformen für Kantinen, Hotels und soziale Einrichtungen, regionale Warenwirtschaftssysteme, gemeinsame Hofläden, Produktionsstätten und Vermarktungsplattformen mehrerer Betriebe sowie regionale Innovationsnetzwerke und Diversifizierungsplattformen.

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Bedarf 34

Sichtbarkeit und professionelle Kommunikation für Diversifizierungsangebote stärken

Diversifizierungsangebote – von Direktvermarktung über Urlaub am Bauernhof bis hin zu Green Care oder Bildungsinitiativen – leisten einen wichtigen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung, Beschäftigung und gesellschaftlichen Akzeptanz der Landwirtschaft. Dennoch fehlt ihnen häufig die notwendige öffentliche und politische Sichtbarkeit. Um dieses Potenzial noch besser zu nutzen, braucht es eine strategische Kommunikation, professionelles Marketing und authentische Geschichten, die die Innovationskraft und Vielfalt landwirtschaftlicher Betriebe noch besser sichtbar machen. Gleichzeitig benötigen Landwirtinnen und

Landwirte fundierte Marketing- und Kommunikationskompetenzen – von Zielgruppenansprache und Markenbildung über Preisgestaltung bis hin zu Vertrieb und Öffentlichkeitsarbeit. Bildungs- und Beratungsangebote sollten diese Themen daher noch stärker integrieren.

Diversifizierungsangebote müssen gezielt kommuniziert werden, damit Diversifizierung als relevanter und selbstverständlicher Teil moderner Landwirtschaft in öffentlichen und politischen Diskursen verankert wird. [Bedarf 34]

Ziel: Diversifizierung als selbstverständlichen Teil moderner Landwirtschaft in Politik, Öffentlichkeit und Marktkommunikation verankern. Marketing- und Kommunikationskompetenzen gezielt stärken, gute Beispiele sichtbar machen und die gesellschaftliche Wertschätzung für die Vielfalt landwirtschaftlicher Betriebe erhöhen.

Beispiele: Einrichtung einer zentralen Fachstelle „Wertschöpfung am Bauernhof“ im BMLUK zur Koordination und strategischen Weiterentwicklung der Diversifizierung in der Landwirtschaft, zur Entwicklung einer bundesweiten Kommunikationskampagne zur Bewusstseinsbildung für Diversifizierung und neue Wertschöpfungsmöglichkeiten am Bauernhof, zur Nutzung innovativer Formate wie „Hoffluencer“, Podcasts und Blogs, zur stärkeren Einbindung von Gemeinden und LEADER-Regionen in Kommunikationsstrategien sowie zur Übertragung erfolgreicher Marketingansätze auf unterschiedliche Diversifizierungsbereiche.

2.1.2 Bildungs- und Beratungsziele

Schritt 2 Formulierung von Bildungs- und Beratungsziele

Nachdem Schritt 1 abgeschlossen war, wurden im nächsten Schritt die Bildungs- und Beratungsziele formuliert, ebenfalls im Rahmen der Workshops 1 und 2. Im Mittelpunkt standen dabei die Kompetenzen und Fähigkeiten, die Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater für eine erfolgreiche Diversifizierung benötigen.

Kompetenzen und Fähigkeiten, die Landwirtinnen und Landwirte erwerben sollen



Die Workshops 1 und 2 zeigen übereinstimmend, dass Landwirtinnen und Landwirte für eine erfolgreiche Diversifizierung ein erweitertes Kompetenzprofil benötigen. Die folgenden Kompetenzfelder wurden mehrfach genannt und priorisiert.

Kompetenzfeld 1:

Unternehmerische Kompetenzen

Für die Entwicklung und Bewertung neuer Geschäftsfelder im Rahmen der Diversifizierung sollen Landwirtinnen und Landwirte ihre betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten ausbauen.

- Nutzung betrieblicher Daten und Aufzeichnungen zur Entscheidungsfindung¹
- Fundierte Kalkulationen und Risikobewertung, insbesondere vor Investitionen²
- Stärkung des unternehmerischen Denkens³

Kompetenzfeld 2:

Markt- und Kundenorientierung

Bei der Entwicklung neuer Diversifizierungsangebote sollen Landwirtinnen und Landwirte ihre Angebote stärker an den Marktbedürfnissen ausrichten.

- Zielgruppenanalyse und Marktanalyse⁴
- Entscheidungen stärker an der tatsächlichen Nachfrage ausrichten⁵

Kompetenzfeld 3:

Marketing- und Kommunikationskompetenzen

Für die Vermarktung und Sichtbarkeit Diversifizierungsangebote gewinnt professionelle Kommunikation immer mehr an Bedeutung.

- Social-Media-Kompetenz⁶
- Zielgruppenorientiertes Marketing⁷
- Storytelling und moderne Kommunikationsformen⁸

Kompetenzfeld 4:

Digitalisierung und Automatisierung

Digitale Kompetenzen sind für die Entwicklung und Vermarktung von Diversifizierungsangeboten zentral.

- Digitalisierung und Automatisierung von Betriebsprozessen⁹
- Kompetenzen für Online-Vertrieb und digitale Tools¹⁰

Kompetenzfeld 5:

Innovations- und Zukunftskompetenzen

Für die Entwicklung neuer Diversifizierungswege sollen Landwirtinnen und Landwirte offen für neue Ideen und Geschäftsmodelle sein.

- Lernen aus anderen Branchen und querdenken¹¹
- Trendwissen und die Übersetzung in marktfähige Angebote¹²



Kompetenzfeld 6:

Netzwerk- und Kooperationskompetenz

Diversifizierung erfordert Zusammenarbeit über die Landwirtschaft hinaus und die Erschließung neuer Kooperationen und Wertschöpfungsmöglichkeiten.

- Vertikale und regionale Vernetzung
(z.B. Tourismus, Gastronomie, Wirtschaft)^{13, 14}

Kompetenzfeld 7:

Persönliche und soziale Kompetenzen

Bei Diversifizierungsentscheidungen sind persönliche und soziale Kompetenzen wichtig.

- Rollenkompetenz und Selbstbewusstsein
(v. a. für Bäuerinnen)¹⁵
- Konflikt- und Kommunikationskompetenz innerhalb der Familie, bzw. des Systems Bauernhof¹⁶



Fußnoten (Quellen)

- | | |
|-------------------------|----------------|
| 1 3 4 6 7 9 10 11 13 14 | WS 1, Gruppe 1 |
| 8 | WS 1, Gruppe 4 |
| 2 15 16 | WS 2, Gruppe 2 |
| 5 12 | WS 2, Gruppe 1 |

Kompetenzen und Fähigkeiten, die Beraterinnen und Berater erwerben sollen



Die Workshops zeigen, dass sich die Rolle der Beratung im Kontext der Diversifizierung stark verändert. Beraterinnen und Berater benötigen ein erweitertes Kompetenzprofil, das über klassische Fachberatung hinausgeht.

Kompetenzfeld 1:

Ganzheitliche, systemische Beratungskompetenz

Beraterinnen und Berater sollen Betriebe bei der Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsprozessen umfassend begleiten können.

- Prozessbegleitung statt reine Fachberatung¹⁷
- Kontinuierliche Begleitung von der Idee bis zur Umsetzung¹⁸
- Neue Rolle "Kümmerer"¹⁹

Kompetenzfeld 2:

Vernetzungs- und Schnittstellenkompetenz

Beraterinnen und Berater sollen Diversifizierungsprozesse stärker vernetzt begleiten.

- Vernetzung über den eigenen Fachbereich hinaus²⁰
- Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Landwirtschafts- und Wirtschaftskammer²¹
- Schnittstellenkompetenz Landwirtschaft/ Gewerbe²²

Kompetenzfeld 3:

Markt-, Marketing- und Diversifizierungswissen

Beraterinnen und Berater sollen Betriebe bei der marktorientierten Entwicklung von Diversifizierungsangeboten begleiten.

- Marktorientierung und Zielgruppenanalyse²³
- Cross-Selling-Kompetenzen²⁴
- Erstellung von Marketingplänen gemeinsam mit Betrieben²⁵

Kompetenzfeld 4:

Digitalisierungskompetenzen

Beraterinnen und Berater sollen die digitale Entwicklung und Vermarktung von Diversifizierungsangeboten aktiv unterstützen.

- Kompetenzen in KI, Online-Marketing und digitalen Tools²⁶

Kompetenzfeld 5:

Rechtliche und organisatorische Kompetenz

Beraterinnen und Berater sollen Betriebe bei der rechtlichen und organisatorischen Umsetzung von Diversifizierungsaktivitäten durch komplexe Rahmenbedingungen führen.

- Gewerbe, Raumordnung, hybride Geschäftsmodelle²⁷
- Kenntnisse zu Zertifizierungen und Förderinstrumenten²⁸

Kompetenzfeld 6:

Innovations- und Zukunftskompetenzen

Beraterinnen und Berater sollen die Entwicklung und Weiterentwicklung von Diversifizierungsaktivitäten aktiv fördern.

- Out-of-the-box-Denken²⁹
- Skalierungswissen (Scaling out, up, deep)³⁰

Kompetenzfeld 7:

Soziale und kommunikative Kompetenzen

Beratung erfordert im Kontext von Diversifizierungsentscheidungen zunehmend soziale Fähigkeiten.

- Moderation, Konfliktlösung und Kommunikation³¹
- Stärkung der Rolle der Bäuerin in Entscheidungsprozessen³²

Fußnoten (Quellen)

17 20 23 29	WS 1, Gruppe 1	18 19	WS 2, Gruppe 1
27 28 32	WS 1, Gruppe 2	31	WS 2, Gruppe 2
21 22	WS 1, Gruppe 3	30	WS 2, Gruppe 3
24 26	WS 1, Gruppe 4	25	WS 2, Gruppe 4

Die Workshops zeigen, dass Landwirtinnen und Landwirte bereits über ein breites Kompetenzspektrum verfügen. Im Kontext der Diversifizierung gewinnen jedoch insbesondere unternehmerisches Denken, Markt- und Kundenorientierung, Marketing und Kommunikation, Digitalisierung, Innovationsfähigkeit sowie Netzwerk- und Kooperationskompetenz weiter an Bedeutung.

Auch Beraterinnen und Berater bringen umfassendes Fachwissen mit. Für die Begleitung von Diversifizierungsprozessen werden insbesondere ganzheitliche und systemische Beratungskompetenzen, Vernetzungs- und Schnittstellenkompetenz, Markt-, Marketing- und Diversifizierungs-Know-how sowie rechtliche, digitale, kommunikative und soziale Kompetenzen relevant.

Dabei zeigen sich deutliche Überschneidungen zwischen den Kompetenzanforderungen beider Gruppen. Sowohl Landwirtinnen und Landwirte als auch Beraterinnen und Berater benötigen ein stärkeres Verständnis für Markt und Zielgruppen, Marketing und Kommunikation, Digitalisierung, Innovation sowie Kooperation und Vernetzung. Während diese Kompetenzen bei Landwirtinnen und Landwirten vor allem auf die Entwicklung und Umsetzung eigener Diversifizierungsangebote ausgerichtet sind, benötigen Beraterinnen und Berater sie insbesondere, um Betriebe bei diesen Prozessen fachlich, systemisch und vernetzt begleiten zu können.

Insgesamt wird damit deutlich, dass beide Gruppen – aufbauend auf bestehenden Stärken – ihre Kompetenzen gezielt weiterentwickeln sollten, um Diversifizierung als strategische Option der Betriebsentwicklung zu stärken.



2.1.3 Handlungsempfehlungen

Schritt 3 Erarbeitung von Handlungsempfehlungen

Nachdem in Schritt 2 die für eine erfolgreiche Diversifizierung erforderlichen Kompetenzen und Fähigkeiten für Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater definiert worden waren, erfolgte auch im Rahmen der Workshops 1 und 2 die Ableitung der Handlungsempfehlungen (Schritt 3). Im Mittelpunkt stand dabei die Frage, welche Lücken im bestehenden Bildungs- und Beratungsangebot bestehen und wie die Angebote weiterentwickelt werden können, um die zuvor definierten Kompetenzen und Fähigkeiten für die Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsvorhaben gezielt zu unterstützen. Die Handlungsempfehlungen folgen dabei der gleichen Zuordnung wie die in Schritt 2 definierten Bildungs- und Beratungsziele.

Für die Landwirtinnen und Landwirte
wurden folgende Fragen bearbeitet:

*Wo bestehen derzeit Lücken im Bildungsangebot?
Welche Bildungsangebote braucht es für Landwirtinnen und Landwirte für die Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsvorhaben? Was fehlt aktuell?
Sollen neue Angebote entwickelt oder bestehende besser vernetzt werden?*

Für die Beraterinnen und Berater
wurden folgende Fragen bearbeitet:

*Wo bestehen derzeit Lücken im Beratungsangebot?
Welche Kompetenzen benötigen Beraterinnen und Berater für die Begleitung von Diversifizierungsprozessen? Was fehlt aktuell? Sollen neue Angebote entwickelt oder bestehende besser vernetzt werden?*

Die Handlungsempfehlungen werden im Folgenden getrennt nach den beiden Zielgruppen dargestellt.

Handlungsempfehlungen für die Landwirtinnen und Landwirte



Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 1: Unternehmerische Kompetenzen

Lücken:

- Betriebe nutzen vorhandene Aufzeichnungen zu wenig¹
- Bedarf an fundierter Kalkulationen²
- BUS/BFU-ähnliche Elemente wurden explizit erwähnt³

Handlungsempfehlungen:

- Kurze Lernmodule zur Interpretation betrieblicher Aufzeichnungen für Diversifizierungsentscheidungen entwickeln¹
- Praxisnahe Kalkulationsformate speziell für Diversifizierungsentscheidungen anbieten²
- BUS/BFU-Elemente modular wieder integrieren³

BUS- (Bäuerliche Unternehmerinnen und Unternehmer)
und BFU- (Bäuerliche-Familien-Unternehmen) Seminare



Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 2: Markt- und Kundenorientierung

Lücken:

- Markt- und Zielgruppenanalyse wurde mehrfach genannt⁴
- Entscheidungen sollen stärker an Nachfrage orientiert werden⁵

Handlungsempfehlungen:

- Instrumente zur Markt- und Nachfragebeurteilung für neue Produkte, Dienstleistungen und Zielgruppen im Rahmen der Diversifizierung entwickeln, bereitstellen⁵
- Bestehende Kurse um Zielgruppenanalyse für Diversifizierungsangebote ergänzen⁴
- Best Practice Betriebe mit klarer Nachfrage bzw. Marktorientierung einbinden⁵

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 3: Marketing- und Kommunikationskompetenzen

Lücken:

- Social Media und zielgruppenorientierte Kommunikation wurden mehrfach genannt^{6,7}
- Storytelling-Angebote sollen weiter ausgebaut werden⁸

Handlungsempfehlungen:

- Social-Media-Schulungen um praxisnahe Beispiele aus der Vermarktung von Diversifizierungsangeboten erweitern⁶
- Zielgruppenorientierte Kommunikation für neue Produkte, Dienstleistungen und Diversifizierungsangebote stärker in bestehende Angebote integrieren⁷
- Storytelling-Workshops fortführen und für die Vermarktung von Diversifizierungsangeboten verstärkt anbieten⁸

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 4: Digitalisierung und Automatisierung

Lücken:

- Digitalisierung und Automatisierung haben hohe Priorität⁹
- Bedarf an Kompetenzen für Online-Shop und digitale Tools¹⁰

Handlungsempfehlungen:

- Lernmodule zu Online-Basics für die Vermarktung von Diversifizierungsangeboten entwickeln¹⁰
- Automatisierungsbeispiele aus Betrieben mit Diversifizierungsaktivitäten sichtbar machen⁹
- Bestehende Digitalisierungsangebote um konkrete Anwendungen für Diversifizierungsangebote und neue Betriebszweige erweitern⁹

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 5: Innovations- und Zukunftskompetenzen

Lücken:

- Bedarf an Querdenken und Lernen aus anderen Branchen¹¹
- Wissenslücken zu Trends in der Diversifizierung¹²

Handlungsempfehlungen:

- „Blick über den Tellerrand“-Formate zur Entwicklung neuer Diversifizierungsideen anbieten¹¹
- Kurze Trend-Updates mit Bezug zu neuen Märkten, Produkten und Dienstleistungen entwickeln¹²
- Peer-Learning mit innovativen Betrieben und deren Diversifizierungsansätzen stärken¹¹



Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 6: Netzwerk- und Kooperationskompetenz

Lücken:

- Vertikale Vernetzung wichtig¹³
- Regionale, aber auch internationale Vernetzung wurde genannt¹⁴

Handlungsempfehlungen:

- Vermehrt Vernetzungsformate mit Tourismus, Gastronomie, Gewerbe und weiteren potenziellen Kooperationspartnern für Diversifizierung anbieten¹³
- Regionale Vernetzungstreffen für Diversifizierungsakteurinnen und -akteure sichtbar machen¹⁴
- Kooperationen mit externen Partnern zur Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsangeboten gezielt aufbauen und pflegen¹³

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 7: Persönliche und soziale Kompetenzen

Lücken:

- Stärkung der Rolle der Bäuerinnen im Betrieb¹⁵
- Konflikt- und Kommunikationskompetenzen wichtig¹⁶

Handlungsempfehlungen:

- Entscheidungsprozesse im Familienbetrieb bei der Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsvorhaben praxisnah aufbereiten¹⁶
- Bäuerinnen in ihrer betrieblichen Rolle bei Diversifizierungsprozessen gezielt unterstützen¹⁵
- Kommunikation und Konfliktlösung im Kontext von Diversifizierung praxisnah vermitteln¹⁶

Fußnoten (Quellen)

- | | |
|-----------------------|----------------|
| 1 4 6 7 9 10 11 13 14 | WS 1, Gruppe 1 |
| 3 | WS 1, Gruppe 2 |
| 8 | WS 1, Gruppe 4 |
| 5 12 | WS 2, Gruppe 1 |
| 2 15 16 | WS 2, Gruppe 2 |



Handlungsempfehlungen für die Beraterinnen und Berater



Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 1: Ganzheitlich, systemische Beratungskompetenz

Lücken:

- Bedarf an Prozessbegleitung¹⁸
- Berater:innen müssen wissen, wen sie fragen¹⁷
- Bedarf an einer koordinierenden Rolle („Kümmerer“)¹⁹

Handlungsempfehlungen:

- Fortbildungen zu Prozessbegleitung von Diversifizierungsvorhaben anbieten¹⁸
- Interne Ansprechpersonen-Übersichten für die Unterstützung von Diversifizierungsprozessen erstellen¹⁷
- Pilotierung einer Kümmerer-Funktion für Diversifizierungsprozesse prüfen¹⁹

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 2: Vernetzungs- und Schnittstellenkompetenz

Lücken:

- Vernetzung über Fachbereiche hinaus²⁰
- Zusammenarbeit Landwirtschaftskammer – Wirtschaftskammer ausbauen²¹
- Wissen zur Schnittstelle Landwirtschaft/Gewerbe²²

Handlungsempfehlungen:

- Module zur Schnittstellenberatung im Kontext der Diversifizierung entwickeln²²
- Vernetzungstreffen zwischen Landwirtschaftskammer und Wirtschaftskammer zur Unterstützung von Diversifizierungsvorhaben etablieren²¹
- Bundesländerübergreifende Vernetzung zu Fragen der Diversifizierung fördern²⁰

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 3: Markt-, Marketing- und Diversifizierungswissen

Lücken:

- Marktorientierung ausbauen²³
- Cross-Selling-Kompetenzen ausbauen²⁴
- Marketingpläne gemeinsam erstellen²⁵

Handlungsempfehlungen:

- Fortbildungen zu Markt- und Zielgruppenanalyse für Diversifizierungsangebote anbieten²³
- Cross-Selling stärker in bestehende Beratungsangebote zur Diversifizierung integrieren²⁴
- Marketingplanung als Bestandteil der Beratungskompetenz bei der Begleitung von Diversifizierungsprozessen stärken²⁵

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 4: Digitalisierungskompetenzen

Lücken:

- Bedarf an KI- und Online-Marketing-Kompetenzen²⁶

Handlungsempfehlungen:

- Fortbildungen zu KI-Grundlagen und Online-Marketing mit Bezug zu Diversifizierungsangeboten anbieten²⁶
- Digitale Beratungskompetenzen für die Begleitung von Diversifizierungsprozessen gezielt ausbauen²⁶



Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 5:

Rechtliche und organisatorische Kompetenz

Lücken:

- Unsicherheiten bei Gewerbe, hybride Modelle und Raumordnung²⁷
- Orientierungsbedarf bei Zertifizierungen und Förderinstrumente²⁸

Handlungsempfehlungen:

- Fortbildungsmodule zu Gewerbe und Raumordnung für diversifizierende Betriebe entwickeln²⁷
- Übersicht über Förderinstrumente verbessern und Möglichkeiten zur Harmonisierung von Anforderungen zwischen Zertifizierungsprogrammen in der Diversifizierung prüfen²⁸
- „Rechtliche Sandkiste-Diversifizierung“ prüfen²⁷

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 6:

Innovations- und Zukunftskompetenzen

Lücken:

- Bedarf an Out-of-the-box-Denken²⁹
- Bedarf an Wissen zur Skalierung von Diversifizierungsangeboten³⁰

Handlungsempfehlungen:

- Fortbildungen zu Scaling out, up und deep im Kontext von Diversifizierungsmodellen anbieten³⁰
- Kompetenzen zur Begleitung von Innovationsprozessen bei der Entwicklung neuer Diversifizierungsansätze stärken²⁹

Handlungsempfehlungen Kompetenzfeld 7:

Soziale und kommunikative Kompetenzen

Lücken:

- Weiterentwicklungsbedarf bei Konflikt- und Kommunikationskompetenzen³¹
- Sensibilisierungsbedarf bei Gleichstellung und Rollenverständnis³²

Handlungsempfehlungen:

- Moderations- und Konfliktkompetenz bei der Begleitung von Diversifizierungsprozessen in Familienbetrieben stärken³¹
- Gleichstellungskompetenz in Beratungsprozessen zur betrieblichen Entwicklung und Diversifizierung verankern³²
- Fähigkeiten zur Moderation und Entscheidungsbegleitung in Familienbetrieben im Zusammenhang mit Diversifizierungsvorhaben vertiefen³¹

Fußnoten (Quellen)

17 20 23 29	WS 1, Gruppe 1
27 28 32	WS 1, Gruppe 2
21 22	WS 1, Gruppe 3
24 26	WS 1, Gruppe 4
18 19	WS 2, Gruppe 1
31	WS 2, Gruppe 2
30	WS 2, Gruppe 3
25	WS 2, Gruppe 4

Die in Schritt 3 erarbeiteten Handlungsempfehlungen für Landwirtinnen und Landwirte sowie für Beraterinnen und Berater basierten auf den Ergebnissen der Workshops 1 und 2. Da innerhalb der einzelnen Themenbereiche zahlreiche Einzelempfehlungen formuliert wurden, erfolgte im Anschluss eine thematische Bündelung und Verdichtung. Daraus wurden 15 übergeordnete Handlungsempfehlungen abgeleitet, die die zentralen Inhalte der Einzelempfehlungen zusammenfassen und zugleich die Grundlage für die Workshops 3 bis 6 bildeten. In diesen Workshops wurden auf Basis der Handlungsempfehlungen die konkreten Maßnahmen (Schritt 4) erarbeitet (siehe Kapitel 2.2).

Liste der 15 übergeordneten Handlungsempfehlungen:

1. Diversifizierung als Querschnittsthema verankern
2. Markt- und Zielgruppenanalysen für Diversifizierungsangebote etablieren
3. Erfolgs- und Misserfolgsbeispiele aus der Diversifizierung darstellen
4. Marketing- und Kommunikationskompetenzen für Diversifizierungsangebote stärken
5. Unternehmerische Kompetenzen für Diversifizierung ausbauen
6. Betriebswirtschaftliche Kalkulationstools für Diversifizierungsangebote nutzen
7. Prozessberatung für Diversifizierung etablieren
8. Innovationsberatung für Diversifizierung weiter ausbauen
9. Diversifizierung in Angeboten zur Hofnachfolge verankern und Rollenbilder in der Diversifizierung weiterentwickeln
10. Bäuerinnen bei der Entwicklung von Diversifizierungsaktivitäten gezielt stärken
11. Netzwerke für Diversifizierung stärken
12. Schnittstellen zwischen Landwirtschaft und relevanten Branchen für Diversifizierung stärken
13. Peer-Learning und Betriebsbesuche zur Diversifizierung ausbauen
14. Förder- und Rechtsfragen zur Diversifizierung verständlich aufbereiten
15. Bildungs- und Beratungsangebote zur Diversifizierung bündeln



Zuordnung der 15 übergeordneten Handlungsempfehlungen zu den Kompetenzbereichen der Landwirtinnen und Landwirte



Bildungs- und Beratungsziele: Kompetenzbereich (Schritt 2)	Zuordnung zu den übergeordneten Handlungsempfehlungen (Schritt 3)	Begründung der Zuordnung
1. Unternehmerische Kompetenzen	5. Unternehmerische Kompetenzen für Diversifizierung ausbauen 6. Betriebswirtschaftliche Kalkulations-tools für Diversifizierungsangebote nutzen 14. Förder- und Rechtsfragen zur Diversifizierung verständlich aufbereiten	Unternehmerisches Denken, betriebswirtschaftliche Kalkulation und die Nutzung betrieblicher Aufzeichnungen wurden als zentrale Kompetenzen für fundierte Diversifizierungsentscheidungen hervorgehoben.
2. Markt- und Kundenorientierung	2. Markt- und Zielgruppenanalysen für Diversifizierungsangebote etablieren	Das Verständnis von Zielgruppen und Marktnachfrage sowie eine konsequente marktorientierte Ausrichtung wurden als zentrale Voraussetzungen für die Entwicklung tragfähiger Diversifizierungsangebote hervorgehoben.
3. Marketing- und Kommunikationskompetenzen	4. Marketing- und Kommunikationskompetenzen für Diversifizierungsangebote stärken	Social Media, Storytelling und zielgruppenorientierte Kommunikation wurden als zentrale Erfolgsfaktoren für die Vermarktung und Positionierung von Diversifizierungsangeboten genannt.
4. Digitalisierung und Automatisierung	11. Netzwerke stärken 15. Bildungs- und Beratungsangebote zur Diversifizierung bündeln	Digitalisierung und digitale Kompetenzen wurden als zentrale Zukunftsthemen für die Entwicklung und Vermarktung von Diversifizierungsangeboten hervorgehoben; zugleich wurde betont, dass digitale Anwendungen eine stärkere Vernetzung sowie Bildungs- und Beratungsangebote erfordern.
5. Innovations- und Zukunftskompetenzen	3. Erfolgs- und Misserfolgsbeispiele aus der Diversifizierung darstellen 7. Prozessberatung für Diversifizierung etablieren 8. Innovationsberatung für Diversifizierung weiter ausbauen 13. Peer-Learning und Betriebsbesuche zur Diversifizierung ausbauen	Querdenken, Trendwissen, der Blick über Branchengrenzen sowie das Lernen anhand erfolgreicher Praxisbeispiele wurden als wichtige Innovationskompetenzen für die Entwicklung neuer Diversifizierungsansätze hervorgehoben..
6. Netzwerk- und Kooperationskompetenz	1. Diversifizierung als Querschnittsthema verankern 11. Netzwerke für Diversifizierung stärken 12. Schnittstellen zwischen Landwirtschaft und relevanten Branchen für Diversifizierung stärken	Die stärkere Vernetzung von Landwirtschaft, Tourismus, Gastronomie und Gewerbe wurde als Grundlage für neue Kooperations- und Wertschöpfungspotenziale im Rahmen der Diversifizierung betont.
7. Persönliche und soziale Kompetenzen	9. Diversifizierung in Angeboten zur Hofnachfolge verankern und Rollenbilder in der Diversifizierung weiterentwickeln 10. Bäuerinnen bei der Entwicklung von Diversifizierungsaktivitäten gezielt stärken	Rollenkompetenz, Entscheidungsprozesse im Betrieb sowie die Stärkung von Bäuerinnen und Gleichstellung wurden als wichtige Zukunftsthemen für die gemeinsame Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsvorhaben im Familienbetrieb hervorgehoben.



Zuordnung der 15 übergeordneten Handlungsempfehlungen zu den Kompetenzbereichen der Beraterinnen und Berater

Bildungs- und Beratungsziele: Kompetenzbereich (Schritt 2)	Zuordnung zu den übergeordneten Handlungsempfehlungen (Schritt 3)	Begründung der Zuordnung
1. Ganzheitliche, systemische Beratungskompetenz	3. Erfolgs- und Misserfolgsbeispiele aus der Diversifizierung darstellen 5. Unternehmerische Kompetenzen 6. Betriebswirtschaftliche Kalkulationstools für Diversifizierungsangebote nutzen 7. Prozessberatung für Diversifizierung etablieren 15. Bildungs- und Beratungsangebote zur Diversifizierung bündeln	Beraterinnen und Berater sollen Diversifizierungsprozesse langfristig koordinieren sowie Betriebe bei der Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsvorhaben im Sinne einer „Kümmerin“ bzw. eines „Kümmerers“ unterstützen.
2. Vernetzungs- und Schnittstellenkompetenz	1. Diversifizierung als Querschnittsthema verankern 11. Netzwerke für Diversifizierung stärken 12. Schnittstellen zwischen Landwirtschaft und relevanten Branchen für Diversifizierung stärken 15. Bildungs- und Beratungsangebote zur Diversifizierung bündeln	Die stärkere Zusammenarbeit zwischen Landwirtschafts- und Wirtschaftskammern sowie die Vernetzung zwischen Landwirtschaft und Gewerbe wurden als zentrale Anforderungen für die Unterstützung von Diversifizierungsprozessen und die Erschließung neuer Kooperationsmöglichkeiten hervorgehoben.
3. Markt-, Marketing- und Diversifizierungswissen	2. Markt- und Zielgruppenanalysen für Diversifizierungsangebote etablieren 4. Marketing- und Kommunikationskompetenzen für Diversifizierungsangebote stärken	Beraterinnen und Berater sollen Betriebe stärker marktorientiert begleiten und bei der Erschließung neuer Zielgruppen und Geschäftsfelder im Rahmen der Diversifizierung unterstützen.
4. Digitalisierungs-kompetenzen	11. Netzwerke für Diversifizierung stärken 15. Bildungs- und Beratungsangebote zur Diversifizierung bündeln	Künstliche Intelligenz, Online-Marketing und digitale Anwendungen wurden als zentrale Zukunftsthemen und wichtige Kompetenzfelder für die Beratung von Betrieben in Diversifizierungsprozessen hervorgehoben.
5. Rechtliche und organisatorische Kompetenz	14. Förder- und Rechtsfragen zur Diversifizierung verständlich aufbereiten	Rechtliche Rahmenbedingungen, Gewerberecht, Raumordnung und Förderinstrumente wurden als komplexe Themen hervorgehoben, die bei der Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsvorhaben verständlich vermittelt werden müssen.
6. Innovations- und Zukunftskompetenzen	8. Innovationsberatung für Diversifizierung weiter ausbauen 13. Peer-Learning und Betriebsbesuche zur Diversifizierung ausbauen	Innovationskompetenz, Trendwissen, kreatives Denken und die Fähigkeit, über bestehende Strukturen hinauszudenken, wurden als zentrale Voraussetzungen für die Entwicklung und Begleitung erfolgreicher Diversifizierungsprozesse hervorgehoben.
7. Soziale und kommunikative Kompetenzen	9. Diversifizierung in Angeboten zur Hofnachfolge verankern und Rollenbilder in der Diversifizierung weiterentwickeln 10. Bäuerinnen bei der Entwicklung von Diversifizierungsaktivitäten gezielt stärken	Konfliktlösung, Moderation, Rollenverständnis sowie die Förderung von Gleichstellung und Zusammenarbeit im Betrieb wurden als zentrale soziale Kompetenzen für die Begleitung von Diversifizierungsprozessen hervorgehoben.

Die folgenden Aussagen aus den Workshops 1 und 2 verdeutlichen die zentralen Herausforderungen, die hinter den abgeleiteten Handlungsempfehlungen stehen.

„Diversifizierung beginnt oft mit einer einzigen Idee – braucht aber ein strukturiertes Vorgehen.“

„Viele Betriebe haben Diversifizierungsansätze – aber sie sind nicht sichtbar.“

„Beratung wird häufig erst spät einbezogen – oft erst, wenn Entscheidungen schon gefallen sind.“

„Betriebe wünschen sich konkrete Beispiele aus der Praxis – nicht nur theoretische Inhalte.“

„Vernetzung funktioniert nur, wenn jemand die Schnittstellen aktiv moderiert.“

„Viele Betriebe arbeiten bereits mit anderen Branchen zusammen – aber ohne strategische Planung.“

„Innovationsimpulse kommen häufig von außen – aber die Zugänge fehlen.“



2.2 Ableitung von Maßnahmen

Schritt 4 Ableitung Maßnahmen

Nach Abschluss der Schritte 1 bis 3 erfolgte im Rahmen der Workshops 3 bis 6 die Ableitung der Maßnahmen (Schritt 4). Die identifizierten Inhalte und Formate können teilweise an bestehende Angebote im Bereich der Bildung und Beratung anknüpfen. Die Teilnehmenden der Workshops bestätigten zugleich die Relevanz der abgeleiteten Maßnahmen und den Bedarf, bestehende Angebote gezielt weiterzuentwickeln, neue Formate und Vernetzungen zu schaffen und bislang nicht ausreichend abgedeckte Themen aufzugreifen. Damit soll die Diversifizierung als strategische Betriebsoption und zusätzliche Einkommensmöglichkeit weiter gestärkt werden. Ausgehend von den Handlungsempfehlungen wurden insgesamt 43 konkrete Maßnahmen abgeleitet. Sie konkretisieren die in Schritt 3 formulierten Handlungsempfehlungen und bilden die Grundlage für die weitere Umsetzung. Die Umsetzung der Maßnahmen erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt und ist nicht Bestandteil der „Bildungsinitiative Diversifizierung“.

Die Maßnahmen werden entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes in fünf Bereiche gegliedert, entsprechend der bereits in den Workshops 4 und 5 verwendeten Gliederung.

1. Orientierung und Geschäftsmodellentwicklung
(*Geschäftsmodell und Markt*)
2. Umsetzungskompetenz und Unternehmertum
(*Unternehmertum und Kompetenzen*)
3. Operative Umsetzung und Ressourcen
(*Umsetzung und Betrieb*)
4. Marktzugang und Kooperation
(*Vermarktung und Netzwerke*)
5. Systemische Ermöglichung
(*Begleitung und Systemzugang*)

„Ich glaube, dass der Businessplan ein Werkzeug ist, das man braucht, um ein Geschäftsmodell zu durchdenken, bevor man in die Umsetzung geht. Im Agrarbereich starten wir viel zu schnell. Ein Kfz-Mechaniker kann ohne Schlüssel nicht mit der Arbeit beginnen – so ist es auch für den Landwirt, die Landwirtin. Der Businessplan ist dieses Werkzeug. Wir müssen auch Lehrerinnen und Lehrer sowie Beraterinnen und Berater mit entsprechenden Werkzeugen ausstatten und sie dafür nachschulen.“

Teilnehmende Person, Workshop 4

2.2.1 Orientierung und Geschäftsmodellentwicklung

Maßnahme 1

Standardisierte Businesspläne für Diversifizierungsangebote entwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS3, WS4
- Entwicklung standardisierter Businesspläne für die wesentlichen Diversifizierungsangebote und Begleitung der Betriebe durch Beraterinnen und Berater von der ersten Idee bis zur Entwicklung eines tragfähigen Businessplans.
- Inhalte: Zieldefinition, Geschäftsmodelllogik („Womit wird Geld verdient?“), Markt- und Zielgruppenanalyse, Risikoabschätzung sowie Arbeitszeit- und Ressourcenplanung.
- Für Beraterinnen und Berater werden vertiefende Schulungen zur Geschäftsmodellentwicklung in der Diversifizierung und zum Projektmanagement angeboten, damit sie Betriebe bei der Entwicklung tragfähiger Geschäftsmodelle professionell begleiten können.

„Auf einen Blick“

Betriebe brauchen einen Businessplan, der aus einer ersten Diversifizierungs-idee eine fundierte und wirtschaftlich tragfähige Umsetzungsent-scheidung macht.

Maßnahme 2

Trend- und Marktpulse für die Geschäftsmodellentwicklung systematisch aufbauen (Was verändert sich am Markt?)

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS2, WS4, WS5
- Regelmäßige, praxisnahe Formate zur Vermittlung von Trends und Marktpulsen (Ernährung, Tourismus, Gesundheit, Kultur, Logistik etc.)
- werden aufgebaut. Ziel ist es, relevante Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und Diversifizierungsentscheidungen stärker an aktuellen und zukünftigen Marktchancen auszurichten, bevor Investitionen getätigt werden.
- Ein kontinuierliches Trendmonitoring stellt sicher, dass gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen frühzeitig erkannt und auf ihre Bedeutung für die Entwicklung neuer, marktfähiger Diversifizierungsangebote bewertet werden. Die Formate verbinden externe Expertinnen und Experten, Best-Practice-Beispiele sowie praxisnahe und einfach einsetzbare Werkzeuge zur Marktanalyse.
- Digitale Plattformen wie UBER, WILLHABEN und weitere digitale Marktplätze werden als Best-Practice-Beispiele herangezogen, um aktuelle Entwicklungen digitaler Nachfrage- und Vermarktungsprozesse aufzuzeigen und neue Marktchancen für die Diversifizierung abzuleiten.
- Beratung wird konsequent vom Markt her gedacht. Beraterinnen und Berater lernen, Markt- und Trendimpulse systematisch in Gespräche zur Geschäftsmodell- und Betriebsentwicklung zu integrieren.

„Auf einen Blick“

Gute Ideen für die Diversifizierung brauchen aktuelle Marktpulse. Betriebe sollen Trends und Marktentwicklungen frühzeitig erkennen und für die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle nutzen können.

Maßnahme 3

Zielgruppen- und Kundenverständnis für die Diversifizierung systematisch aufbauen (Was wollen meine Kundinnen und Kunden?)

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS2, WS4, WS5, WS6
- Weiterentwicklung und Aufbau von Bildungs- und Beratungsformaten, die das Verständnis für unterschiedliche Kundinnen- und Kundengruppen sowie deren Bedürfnisse vertiefen.
- Inhalte: Zielgruppenanalyse, Kundennutzen, Zahlungsbereitschaft, Kommunikationswege sowie regionale und überregionale Märkte. Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger mit Markt- und Branchenwissen werden gezielt als Impulsgeberinnen und Impulsgeber eingebunden.
- Ergänzend werden Formate entwickelt, die Kundinnen- und Kundenperspektiven stärker sichtbar machen und verdeutlichen, dass Kundinnen und Kunden Diversifizierung nicht als Begriff wahrnehmen, sondern als konkrete Angebote mit klar erkennbarem Nutzen.
- Beraterinnen und Berater lernen, Entscheidungen über Diversifizierungsmaßnahmen konsequent „vom Markt her“ zu begleiten.

„Auf einen Blick“

Nicht das Produkt entscheidet über den Erfolg, sondern der konkrete Nutzen für die Kundinnen und Kunden. Betriebe sollen lernen, Angebote konsequent aus Sicht ihrer Zielgruppen zu entwickeln und zu vermarkten.

Maßnahme 4

„Geschäftsmodell-Check“ für Diversifizierung als niederschwellige Erstberatung aufbauen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte
- Quelle: WS3, WS4, WS5
- Ein standardisierter „Geschäftsmodell-Check“ wird als niederschwellige Erstberatung für Betriebe aufgebaut. In 1–2 Terminen werden Idee, Ziel, Markt, Ressourcen, Arbeitszeit und grobe Wirtschaftlichkeit strukturiert durchgegangen, ohne unmittelbar in komplexe Detailkalkulationen einzusteigen. Der Check dient als Entscheidungshilfe, ob und wie ein Geschäftsmodell weiter vertieft werden soll (Businessplan, Prozessbegleitung, Netzwerkaufbau). Der Check wird über Kammern, LFI und bestehende Beratungsstrukturen angeboten. Als Best-Practice dient [Green Care – Wo Menschen aufblühen](#) und [Ik-projekt niederösterreich | wien GmbH](#).

„Auf einen Blick“

Ein einfacher Geschäftsmodell-Check kann Betrieben frühzeitig zeigen, ob eine Idee für ein neues Diversifizierungsangebot weiterverfolgt werden sollte – bevor Zeit, Geld und Energie investiert und wertvolle Beratungsressourcen bei enger werdenden Budgets gebunden werden.

Maßnahme 5

Impulsreisen zur Diversifizierung stärker in die Geschäftsmodellentwicklung integrieren und gezielt weiterentwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater sowie externe Partnerinnen und Partner
- Quelle: WS3, WS4, WS5, WS6
- Das Format der Impulsreise zu Diversifizierungsbetrieben wird stärker in die Geschäftsmodellentwicklung eingebunden und weiter ausgebaut.

Betriebe erleben vor Ort unterschiedliche Geschäftsmodelle, Erfolgs- und anonymisierte „Scheiter“-Geschichten sowie wirtschaftliche Kennzahlen und die tatsächliche Arbeitszeitrealität.

- Externe Partnerinnen und Partner aus Tourismus, Gewerbe, Regionalentwicklung oder Sozialbereichen werden gezielt einbezogen, um Schnittstellen, Kooperationen und neue Wertschöpfungspotenziale sichtbar zu machen. Die Einbindung externer Expertise ergänzt die bestehenden Best-Practice-Erfahrungen und stärkt die Qualität der Geschäftsmodellentwicklung. Der Austausch vor Ort fördert realistische Einschätzungen und unterstützt die Ableitung eigener Ideen. Impulsreisen werden gezielt genutzt, um bestehende regionale Strukturen wie z. B. [LEADER](#), [KEM](#) und Kulinarik-Netzwerke sichtbar zu machen und Kooperationen mit externen Branchen zu stärken. Die Impulsreisen werden methodisch so gestaltet, dass Teilnehmende eigene Ideen ableiten und erste Geschäftsmodellskizzen vor Ort erarbeiten können.
- Beraterinnen und Berater begleiten diese Prozesse und knüpfen in nachfolgenden Bildungs- und Beratungsangeboten an die Erfahrungen der Teilnehmenden an.

„Auf einen Blick“

Impulsreisen müssen mehr sein als Betriebsbesichtigungen. Sie sollen Erfahrungen, Erfolgsgeschichten und „Lessons Learned“ direkt mit der Entwicklung eigener Geschäftsmodelle für die Diversifizierung verbinden.

Maßnahme 6

Zukunftsbilder für Betriebe zur Diversifizierung entwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4, WS6
- Für unterschiedliche Betriebsformen werden positive Zukunftsbilder entwickelt, die Diversifizierung als Chance darstellen. Inhalte (zum Beispiel): neue Rollenbilder, regionale Wertschöpfung, hybride Geschäftsmodelle und Kooperationen. Die Zukunftsbilder werden in Bildungs- und Beratungsangebote integriert und dienen als Orientierung für Betriebsentwicklung und Hofnachfolge.

„Auf einen Blick“

Betriebe brauchen konkrete Zukunftsbilder, die zeigen, wie Diversifizierung, neue Rollen, Kooperationen und regionale Wertschöpfung zu einer realistischen Perspektive für den eigenen Betrieb werden können.

2.2.2 Umsetzungskompetenz und Unternehmertum

Maßnahme 7

Diversifizierung in Hofnachfolge- und Betriebsentwicklungsprozessen frühzeitig verankern

- Zielgruppe: Hofübergeberinnen und Hofübergeber, Hofnachfolgerinnen und Hofnachfolger sowie Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS2, WS4, WS5
- Der Themenbereich Diversifizierung wird als fixer Bestandteil in Hofnachfolge- und Betriebsentwicklungsprozessen verankert, sodass neue Geschäftsmodelle nicht erst als „Notlösung“, sondern als strategische Zukunftsoption betrachtet werden.
- In Beratungsgesprächen und Bildungsangeboten werden Rollenbilder, Erwartungshaltungen und neue Interessen der Hofnachfolgerinnen und Hofnachfolger stärker berücksichtigt.
- Beraterinnen und Berater erhalten Instrumente, um Diversifizierungsszenarien neben klassischen Produktions- und Notfallszenarien in Betriebskonzepte aufzunehmen. Dadurch können neue Geschäftsmodelle frühzeitig in die Betriebsentwicklung integriert werden, anstatt erst im Zuge einer drohenden Betriebsaufgabe berücksichtigt zu werden.

„Auf einen Blick“

Hofnachfolge und Betriebsentwicklung müssen Diversifizierung frühzeitig als strategische Zukunftsoption einbeziehen, damit neue Geschäftsmodelle nicht erst als letzter Ausweg entstehen.

Maßnahme 8

Daten- und Kalkulationskompetenz für die frühe Orientierungsphase aufbauen und einen österreichischen Internetdeckungsbeitragsrechner (IDB) für Diversifizierung entwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS3, WS4
- Bestehende betriebswirtschaftliche Instrumente (Betriebsentwicklungskonzepte, Kalkulations-tools, MR-Tools, IDB-Ansätze) werden für Diversifizierung angepasst und weiterentwickelt, sodass sie in der frühen Orientierungsphase niedrigschwellig nutzbar sind. Betriebe lernen, einfache Kennzahlen und Szenarien (Umsatz, Kosten, Arbeitszeit, Risiko) zu verstehen und für erste Entscheidungen zu nutzen, ohne von komplexen Zahlen abgeschreckt zu werden.
- Wirtschaftliche Kennzahlen werden künftig auch in Best-Practice-Beispiele integriert, um realistische Erwartungen und Entscheidungsgrundlagen zu schaffen.
- Der Internetdeckungsbeitragsrechner (IDB) in Bayern dient als Referenz. Für Österreich wird ein eigener IDB über die Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und Bergbauernfragen (BAB) entwickelt und mit fehlenden Diversifizierungsdaten hinterlegt, um bundesweit einheitliche und verlässliche Kalkulationsgrundlagen bereitzustellen.
- Beraterinnen und Berater werden in Datenkompetenz geschult, um Modellbetriebe, Kennzahlraster und anonymisierte Fallstudien gezielt für die Entwicklung und Bewertung von Diversifizierungs-Geschäftsmodellen sowie in Orientierungs- und Geschäftsmodellgesprächen einsetzen zu können.

„Auf einen Blick“

Betriebe brauchen einfache und verlässliche Zahlen, um erste Entscheidungen über ein Diversifizierungsangebot fundiert treffen zu können – ohne sich bereits in der Orientierungsphase in komplexen Kalkulationen zu verlieren.

Maßnahme 9

Betriebsprofile und Kennzahlmodelle für Diversifizierungsangebote entwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS3, WS4
- Für ausgewählte Diversifizierungsbereiche werden anonymisierte Betriebsprofile mit wirtschaftlichen Kennzahlen entwickelt. Die Profile umfassen Angaben zu Umsatz, Kostenstruktur, Arbeitszeit, Investitionen, Risiken und Erfolgsfaktoren. Sie dienen Betrieben als Orientierung und Beraterinnen und Beratern als Werkzeug, um realistische Erwartungen und fundierte Entscheidungsgrundlagen zu schaffen.
- Ergänzend werden standardisierte Kennzahlmodelle entwickelt und in Bildung und Beratung integriert. Die Modelle ermöglichen eine einheitliche Bewertung von Wirtschaftlichkeit und Arbeitszeit und erleichtern den Vergleich zwischen Betrieben.
- Beraterinnen und Berater werden geschult, die Modelle gezielt in der Prozessbegleitung einzusetzen.

„Auf einen Blick“

Realistische Betriebsprofile und Kennzahlen zeigen, welcher Umsatz, Arbeitsaufwand und Kapitaleinsatz bei unterschiedlichen Diversifizierungsangeboten realistisch zu erwarten sind.

Maßnahme 10

Best- und Fail-Practice-Beispiele für die Diversifizierung systematisch aufbereiten und nutzen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS1, WS2, WS3, WS4, WS6
- Best- und Fail-Practice-Beispiele in der Diversifizierung werden systematisch aufbereitet und in Bildungs- und Beratungsangebote integriert. Die Inhalte umfassen wirtschaftliche Kennzahlen, Arbeitszeitrealität, Entscheidungsprozesse, Fehlerquellen und Erfolgsfaktoren. Die Beispiele werden anonymisiert und in strukturierten Formaten aufbereitet, sodass Betriebe daraus realistische Erwartungen und konkrete nächste Schritte für ihre eigene Situation ableiten können.
- Fail-Practice-Beispiele werden gezielt eingesetzt, um innerfamiliäre Entscheidungsprozesse zur Diversifizierung zu unterstützen. Sie zeigen typische Fehler, unterschätzte Risiken und helfen Familien, realistische Erwartungen zu entwickeln und Entscheidungen auf einer breiteren Informationsbasis zu treffen. Fail-Practice-Beispiele werden um typische Herausforderungen bei der Zusammenarbeit mit anderen Betrieben oder Branchen ergänzt, da viele Betriebe wenig Erfahrung im Austausch und in Kooperationen haben.
- Beraterinnen und Berater werden geschult, Best- und Fail-Practice-Beispiele in Orientierungs-, Geschäftsmodell- und Entscheidungsprozessen wirksam einzusetzen.

„Auf einen Blick“

Nicht nur Erfolgsgeschichten, sondern auch gescheiterte Diversifizierungsvorhaben müssen genutzt werden, damit Betriebe Risiken früher erkennen und aus den Erfahrungen anderer konkrete Entscheidungen für die eigene Entwicklung ableiten können.

Maßnahme 11

Unternehmerische Kernkompetenzen für die Diversifizierung im Bildungs- und Beratungssystem verankern

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS3, WS4
- Unternehmerische Kernkompetenzen werden als Dauerschwerpunkt für die Diversifizierung im Bildungs- und Beratungssystem verankert. Die Maßnahme bündelt und vertieft Geschäftsmodelllogik, Markt- und Zielgruppenverständnis sowie wirtschaftliche Bewertung, Risikomanagement und Arbeitszeitplanung, sodass diese Themen nicht nur projektbezogen, sondern dauerhaft und strukturell vermittelt werden.
- Betriebe lernen, Vorhaben nicht unmittelbar operativ zu starten, sondern zunächst strategisch zu durchdenken.
- Das Berufsbild der „landwirtschaftlichen Unternehmerin“ wird als Leitbild integriert, um unternehmerische Rollenbilder zu stärken und Diversifizierung als strategische Betriebsoption zu positionieren.
- Die Vermittlung erfolgt über Fachschulen, Meisterkurse, LFI-Angebote und Prozessberatung und wird dort langfristig als Schwerpunkt etabliert.

„Auf einen Blick“

Unternehmerisches Denken muss zur Grundkompetenz der Diversifizierung werden – von der Geschäftsmodellidee über Markt und Wirtschaftlichkeit bis zur fundierten Einschätzung von Chancen und Risiken.

Maßnahme 12

Rollen-, Konflikt- und Kommunikationskompetenz für die Diversifizierung im Familienbetrieb stärken

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte (v. a. Bäuerinnen)
- Quelle: WS2, WS4
- Rollenkompetenz wird als eigener Kompetenzbereich im Kontext der Diversifizierung gestärkt. Im Mittelpunkt stehen unterschiedliche Rollen wie Betriebsführerin, Partnerin, Mutter und Unternehmerin sowie die Stärkung von Selbstbewusstsein und Entscheidungsfähigkeit, Kommunikation, Abgrenzung und der Umgang mit Erwartungen.

- Konflikt- und Kommunikationskompetenzen für innerfamiliäre Entscheidungsprozesse werden ausgebaut. Inhalte sind zum Beispiel: Gesprächsführung, Moderation, der Umgang mit Unsicherheiten und die Abstimmung innerhalb von Familienbetrieben.
- Formate werden in Kooperation mit dem Projekt „Lebensqualität Bauernhof“ weiterentwickelt, um bestehende Angebote gezielt für die Anforderungen der Diversifizierung nutzbar zu machen.

„Auf einen Blick“

Diversifizierung gelingt im Familienbetrieb nur, wenn Rollen und Erwartungen geklärt und Konflikte ebenso professionell bearbeitet werden wie wirtschaftliche und betriebliche Fragen.



2.2.3 Operative Umsetzung und Ressourcen

Maßnahme 13

Finanzkompetenz und Investitionsbewusstsein für die Diversifizierung stärken

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte
- Quelle: WS2, WS4
- Betriebe werden in Finanzkompetenz mit Fokus auf Diversifizierung geschult. Inhalte sind zum Beispiel Investitionskalkulation, Fremdverschuldungsrisiken, Liquidität und steuerliche Aspekte.
- Der Finanzierungskompass auf „Mein Hof – Mein Weg“ wird aktualisiert und um Diversifizierungsbeispiele ergänzt. Praxisbeispiele erfolgreicher Finanzierungsmodelle werden sichtbar gemacht (Crowdfunding, Mikrokredite, Genussrechte etc.).
- Frauen werden gezielt unterstützt, da sie häufiger mit Hürden bei Finanzierung und Förderungen konfrontiert sind. Die Formate berücksichtigen unterschiedliche Ausgangslagen und schaffen einen niederschweligen Zugang zu Finanzwissen.

„Auf einen Blick“

Betriebe brauchen mehr Sicherheit bei Finanzierung und Investitionen, damit gute Diversifizierungsideen nicht an fehlender Finanzkompetenz oder unterschätzten Folgekosten scheitern.

Maßnahme 14

Projektmanagement-Kompetenzen für Betriebe und Beratung aufbauen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4
- Projektmanagement wird als Schlüsselkompetenz in der Diversifizierung etabliert.
- Inhalte: Projektplanung, Zeitmanagement, Ressourcenplanung, Meilensteine, Risikoanalyse und Dokumentation.
- Betriebe lernen, Diversifizierungsprojekte strukturiert zu planen und umzusetzen.
- Beraterinnen und Berater werden geschult, um Projektmanagement in Beratungsprozesse zur Diversifizierung zu integrieren.

„Auf einen Blick“

Aus einer guten Idee wird erst dann ein tragfähiges Diversifizierungsprojekt, wenn Zeit, Ressourcen, Zuständigkeiten, Meilensteine und Risiken professionell gesteuert werden.

Maßnahme 15

Arbeitsorganisation, Vertretung und Shared-Service-Strukturen für die Diversifizierung stärken

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS3, WS4, WS5
- Betriebe werden geschult, um Diversifizierungsprojekte realistisch planen zu können. Inhalte umfassen zum Beispiel Arbeitszeitmodelle, Priorisierung, Mitarbeiterführung, Prozessmanagement, saisonale Belastung sowie Notfall- und Ausfallmanagement. Ergänzend werden Werkzeuge zur Selbstorganisation bereitgestellt, die dabei helfen, operative Tätigkeiten und neue Geschäftsmodelle in der Diversifizierung parallel zu bewältigen.
- Gemeinschaftliche Vertretungsmodelle werden entwickelt, um die Arbeitsfähigkeit bei Krankheit, Urlaub oder Spitzenzeiten sicherzustellen. Betriebe lernen, Aufgaben zu delegieren und Vertretungsstrukturen gemeinsam mit Nachbarbetrieben oder regionalen Partnerinnen und Partnern aufzubauen. Dabei soll ein Miteinander statt Konkurrenzdenken gefördert werden. Rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen werden geklärt, damit Vertretungsmodelle praxistauglich umgesetzt werden können.
- Betriebe werden darin unterstützt, Aufgaben abzugeben und externe Dienstleistungen einzubinden, um Überlastung zu vermeiden (z. B. Marketing, Buchhaltung, Logistik). Ziel ist es, die operative Umsetzung neuer Diversifizierungsvorhaben realistisch zu gestalten und die persönliche Belastung zu reduzieren. Ein besonderer Fokus liegt darauf, die Bereitschaft zur Aufgabenübertragung und zur Zusammenarbeit zu stärken und Kooperation als Voraussetzung betrieblicher Arbeitsfähigkeit zu verstehen.
- Shared-Service-Strukturen werden aufgebaut, um Ressourcen wie Maschinen, Räume, Personal oder Dienstleistungen gemeinsam zu nutzen. Betriebe erhalten Unterstützung bei der Entwicklung gemeinsamer Organisationsformen, Kostenmodelle und Verantwortlichkeiten. Beraterinnen und Berater begleiten die Strukturierung und Moderation dieser Kooperationen.

„Auf einen Blick“

Diversifizierung darf nicht einfach mehr Arbeitsbelastung bedeuten, sondern braucht neue Formen der Arbeitsorganisation, Vertretung, Delegation und Zusammenarbeit.



2.2.4 Marktzugang und Kooperation

Maßnahme 16

Produktions-, Verarbeitungs- und Vermarktungsk Kooperationen für die Diversifizierung stärken

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4, WS5
- Kooperationen in Produktion, Verarbeitung und Vermarktung werden gezielt unterstützt, um Betriebe bei der Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsangeboten zu stärken.
- Inhalte umfassen zum Beispiel gemeinsame Produktentwicklung, Veredelung, Vertrieb, gemeinsame Logistik sowie gemeinsames Marketing. Betriebe lernen, wie Kooperationen die Arbeitszeit reduzieren, Risiken teilen, den Marktzugang erleichtern und durch abgestimmte Vermarktung höhere Umsätze ermöglichen können.
- Beraterinnen und Berater begleiten die Entwicklung von Kooperationsvereinbarungen und unterstützen bei rechtlichen und organisatorischen Fragen.

„Auf einen Blick“

Diversifizierung muss nicht bedeuten, jede Leistung allein zu erbringen. Gemeinsame Produktion, Verarbeitung und Vermarktung können Arbeitsaufwand teilen, Risiken reduzieren und neue Märkte erschließen.

Maßnahme 17

Peer-Learning-Formate für Diversifizierung ausbauen und methodisch verankern

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS1, WS2, WS3, WS4, WS5
- Peer Learning wird als zentrales Lernformat etabliert. Moderierte Austauschgruppen, Betriebsbesuche, zwischenbetrieblicher Erfahrungsaustausch und themenspezifische Produktgruppentreffen ermöglichen Lernen „von Betrieb zu Betrieb“ und fördern Vertrauen, Offenheit und realistische Einschätzungen. Beraterinnen und Berater begleiten die Gruppen methodisch und sorgen für Struktur und Zielorientierung.
- Das Peer Learning wird durch ein MethodenBAG „Peer Learning und Erfahrungsaustausch Diversifizierung“ ergänzt. Das MethodenBAG enthält zudem Bausteine, Methoden und Videos für Austauschgruppen, Produktgruppen und Netzwerke und unterstützt die strukturierte Moderation, die gemeinsame Entwicklung von Lösungen und die systematische Weiterentwicklung von Diversifizierungsangeboten in Gruppen- und Netzwerkformaten.
- Beraterinnen und Berater werden in der methodischen Gestaltung und Begleitung von Peer-Learning-Formaten geschult, damit Austauschprozesse zielorientiert gestaltet werden können.

„Auf einen Blick“

Betriebe lernen besonders dann voneinander, wenn Erfahrungsaustausch nicht dem Zufall überlassen, sondern als moderierter Lernprozess organisiert wird.

Maßnahme 18

Austausch- und Netzwerkstrukturen für Diversifizierungsangebote aufbauen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4, WS5
- Für spezialisierte Diversifizierungsbereiche werden strukturierte Austauschformate und Produktgruppentreffen aufgebaut (z. B. Pilze, Marktgärtnerei, Direktvermarktung, Dienstleistungen). Die Formate sind niederschwellig, regional verankert und werden durch Beraterinnen und Berater begleitet. Sie dienen der gemeinsamen Problemlösung, dem zwischenbetrieblichen Erfahrungsaustausch und der Entwicklung neuer Angebote. Dafür werden entsprechende zeitliche Ressourcen vorgesehen. Bezirksbauernkammern werden als regionale Vernetzungsdrehscheiben stärker eingebunden, um Austausch und Kooperation vor Ort zu erleichtern.
- Für Diversifizierungsbereiche, in denen regional nur wenige Betriebe aktiv sind, werden bundesländerübergreifende Netzwerke eingerichtet, die Expertise bündeln, Wissenstransfer erleichtern und eine gemeinsame Produkt- und Angebotsentwicklung ermöglichen.
- Beraterinnen und Berater begleiten die Formate methodisch, koordinieren die überregionale Vernetzung und stellen sicher, dass bestehende Strukturen genutzt und keine Parallelstrukturen geschaffen werden.

„Auf einen Blick“

Wer mit einem spezialisierten Diversifizierungsangebot startet, braucht Zugang zu anderen, die ähnliche Erfahrungen machen – auch dann, wenn diese Betriebe nicht in der eigenen Region zu finden sind.

Maßnahme 19

Moderation und Netzwerkbegleitung für die Diversifizierung stärken

- Zielgruppe: Beraterinnen und Berater, regionale Akteurinnen und Akteure
- Quelle: WS4, WS5
- Für Austauschformate, Netzwerke und Kooperationen im Bereich der Diversifizierung werden klare Strukturen für Moderation und Netzwerkbegleitung aufgebaut. Die Aufgaben umfassen Organisation, Prozessbegleitung, Konfliktmoderation und Schnittstellenmanagement
- Die Rolle der Moderation ergänzt die klassische Fachberatung und wird durch gezielte Weiterbildungen und passende Förderlogiken unterstützt.

„Auf einen Blick“

Netzwerke für die Diversifizierung funktionieren nicht von selbst. Professionelle Moderation sorgt dafür, dass aus Austausch Zusammenarbeit und aus Ideen konkrete gemeinsame Aktivitäten werden.

Maßnahme 20

Regionale Kooperations- und Netzwerkstrukturen zwischen Landwirtschaft und Wirtschaftsakteurinnen und -akteuren für die Diversifizierung aufbauen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, regionale Akteurinnen und Akteure
- Quelle: WS3, WS4, WS5, WS6
- Regionale Kooperations- und Netzwerkstrukturen werden aufgebaut, die Landwirtschaft mit relevanten Wirtschaftsakteurinnen und -akteuren verbinden (zum Beispiel Tourismus, Gastronomie, Gewerbe, Gesundheit, Regionalentwicklung). Ziel ist es, Betriebe bei der Entwicklung und Umsetzung von Diversifizierungsangeboten zu unterstützen und gemeinsam regionale Produkte, Dienstleistungen und Vermarktungswege zu entwickeln sowie Marketing, Logistik und Angebotsgestaltung abzustimmen.
- Die Netzwerke werden moderiert und stärker an bestehende regionale Initiativen (zum Beispiel LEADER, Kulinarik-Netzwerke) angebunden, um neue Wertschöpfungsketten nicht isoliert, sondern an bestehende Initiativen anzudocken. Dadurch werden Kooperationen erleichtert und neue regionale Wertschöpfungsketten ermöglicht.

„Auf einen Blick“

Diversifizierung wird dort zur Chance, wo Landwirtschaft mit Tourismus, Gastronomie, Gewerbe, Gesundheit und Regionalentwicklung zusammenarbeitet – statt nebeneinander zu arbeiten.

Maßnahme 21

Stakeholderbindung für neue Diversifizierungsbereiche und Wertschöpfungsketten stärken

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, regionale Akteurinnen und Akteure
- Quelle: WS4, WS5
- Für neue Diversifizierungsbereiche und Wertschöpfungsketten werden Formate zur Stakeholderbindung entwickelt und umgesetzt: regelmäßige Austauschgespräche, gemeinsame Entwicklungsrunden, Feedbackschleifen und regionale Kooperationsvereinbarungen. Ziel ist, externe Partnerinnen und Partner frühzeitig einzubinden, Vertrauen aufzubauen und gemeinsame Projekte dauerhaft zu verankern.
- Die Formate unterstützen die kontinuierliche Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und regionalen Akteurinnen und Akteuren und tragen dazu bei, neue Diversifizierungsbereiche nachhaltig abzusichern und die aufgebauten Kooperationsstrukturen mit verlässlichen Partnerschaften zu hinterlegen.

„Auf einen Blick“

Neue Wertschöpfungsketten für die Diversifizierung brauchen frühzeitig verlässliche Partnerinnen und Partner und verbindliche Austauschprozesse, damit aus ersten Kontakten langfristige Kooperationen werden.

Maßnahme 22

Gemeinsame Entwicklung von Diversifizierungsangeboten mit Wirtschaftsakteurinnen und -akteuren stärken

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Wirtschaftsakteurinnen und Wirtschaftsakteure, sowie regionale Akteurinnen und Akteure und Beraterinnen und Berater aus Landwirtschaft und weiteren beteiligten Branchen
- Quelle: WS3, WS4, WS5, WS6
- Zwischen Landwirtschaft und beteiligten Wirtschaftsakteurinnen und Wirtschaftsakteuren werden operative Schnittstellen für die Diversifizierung gestaltet: gemeinsame Workshops, Kooperationsgespräche, Austauschformate und regionale Entwicklungsrunden. Ziel ist ein gemeinsames Verständnis („gemeinsame Sprache“) und die Entwicklung neuer Wertschöpfungsketten.
- Zur Förderung dieses gemeinsamen Verständnisses werden Formate entwickelt, die unterschiedliche Denklogiken, Erwartungen, Qualitätsstandards, Arbeitsweisen und Entscheidungsprozesse sichtbar machen. Diese Formate erleichtern Kooperationen und reduzieren Missverständnisse.
- Die operative Zusammenarbeit wird durch Beraterinnen und Berater aus Landwirtschaft und weiteren beteiligten Branchen begleitet, um ein branchenübergreifendes Verständnis, einen klaren Multiakteursansatz und funktionierende regionale Kooperationsprozesse sicherzustellen.

„Auf einen Blick“

Kooperationen für die Diversifizierung scheitern oft nicht an fehlendem Interesse, sondern an unterschiedlichen Denk- und Arbeitsweisen – genau diese Schnittstellen müssen gemeinsam bearbeitet werden.

Maßnahme 23

Marketing-Toolbox für Diversifizierung entwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS2, WS5, Literaturrecherche
- Eine modulare Marketing-Toolbox wird entwickelt, die Betrieben einfache und praxistaugliche Werkzeuge für zentrale Vermarktungsaufgaben bietet. Die Toolbox umfasst: Werkzeuge zur Zielgruppenanalyse (Checklisten, Leitfragen, einfache Raster und Vorlagen), Werkzeuge zur Nutzenargumentation (Vorlagen für Kundennutzen und Alleinstellungsmerkmal), Werkzeuge zur Preislogik (Orientierungsraster, einfache Kalkulationshilfen), Übersichten zu Kommunikationskanälen (digital, analog, regional), Vorlagen für Social-Media-Beiträge (Bildsprache, Textbausteine, kurze Videoformate) und Bausteine für regionale Markenbildung (gemeinsame Botschaften, regionale Identität).
- Die Toolbox wird um zusätzliche praxisnahe Marketing- und Kommunikationsinstrumente ergänzt, die Betrieben helfen, ihre Diversifizierungsangebote sichtbar zu machen, konsistent zu kommunizieren und marktorientiert weiterzuentwickeln. Die Toolbox wird in Bildungsangebote integriert und dient als Grundlage für eine professionelle und ressourcenschonende Vermarktung auch für kleinere Diversifizierungsprojekte.
- Beraterinnen und Berater setzen die Marketing-Toolbox in der Diversifizierungsberatung ein und unterstützen Betriebe bei der strukturierten Anwendung des Toolkits sowie beim Aufbau einer konsistenten Marketingstrategie.

„Auf einen Blick“

Kleine Betriebe brauchen professionelle Marketingwerkzeuge, die ohne große Budgets und Spezialwissen unmittelbar für die Vermarktung neuer Diversifizierungsangebote eingesetzt werden können.

Maßnahme 24

Ganzheitliche Marketing- und Vermarktungskompetenzen für die Diversifizierung stärken

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte
- Quelle: WS5, WS6
- Betriebe werden in Marketing geschult, um (neue) Diversifizierungsangebote professionell zu entwickeln und zu vermarkten. Die Schulungen vermitteln zentrale Vermarktungskompetenzen, darunter Produkt- und Angebotsgestaltung, Kundennutzen, Preislogik, Vertriebskanäle, Markenbildung sowie digitale und analoge Kommunikation. Ergänzend werden Kompetenzen für Social Media, Online-Shops und digitale Plattformen aufgebaut. Die individuelle Marketingberatung wird ausgebaut und mit bestehenden Angeboten von LFI und Landwirtschaftskammern gebündelt. Externe Expertinnen und Experten werden eingebunden, um Betriebe bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Vermarktungsstrategie zu unterstützen. Ziel ist, Vermarktung als integralen Bestandteil des Geschäftsmodells zu verankern und nicht als „Zusatzaufgabe“ zu sehen.

„Auf einen Blick“

Vermarktung darf nicht am Ende des Geschäftsmodells beginnen, sondern muss von Produktgestaltung und Kundennutzen bis Preis, Vertrieb und Kommunikation von Anfang an mitentwickelt werden.

Maßnahme 25

Storytelling- und Kommunikationskompetenzen für Diversifizierung schulen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS2, WS5, WS6, Literaturrecherche
- Betriebe und Beraterinnen/Berater werden darin geschult, Diversifizierungsangebote zielgruppenspezifisch und wirkungsvoll zu kommunizieren. Die Schulungen vermitteln Bausteine für Storytelling (z.B. Nutzenargumentation, persönliche Geschichten, Bilder, Emotionen und regionale Identität). Ergänzend werden kreative Kommunikationsformen vermittelt: kurze Videos, Fotostories und Kooperationen mit relevanten lokalen Initiativen. Die Angebote werden niederschwellig gestaltet, damit auch kleine Betriebe ohne große Ressourcen professionelle Kommunikation umsetzen können. Praxisnahe Beispiele unterstützen die Anwendung im Betriebsalltag.
- Agrar-Influencerinnen und Influencer werden als relevante Kommunikationspartnerinnen und -partner eingebunden, um Reichweite und Sichtbarkeit für Diversifizierungsangebote zu erhöhen.

„Auf einen Blick“

Gute Diversifizierungsangebote brauchen Geschichten und Bilder, die ihren konkreten Nutzen verständlich machen und auch Kundinnen und Kunden erreichen, die mit dem Begriff „Diversifizierung“ nichts anfangen können.

Maßnahme 26

Marketingplan Diversifizierung gemeinsam mit Betrieben aus dem Geschäftsmodell entwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte
- Quelle: WS2, WS5
- Betriebe werden dabei unterstützt, aus ihrem Geschäftsmodell für die Diversifizierung einen strukturierten Marketingplan abzuleiten. Dieser umfasst die Festlegung von Zielgruppen und Botschaften, die Auswahl geeigneter Kommunikationskanäle sowie Budget, Zeitplan und konkrete Umsetzungsschritte.
- Die Erstellung erfolgt gemeinsam mit Beraterinnen und Beratern und wird an die Größe und Ressourcen des Betriebs angepasst. Der Marketingplan dient als Hilfestellung und wichtige Grundlage für die Vermarktung neuer Diversifizierungsangebote und stellt sicher, dass Kommunikation und Vertrieb konsequent am Geschäftsmodell ausgerichtet sind.

„Auf einen Blick“

Der Marketingplan für die Diversifizierung muss aus dem Geschäftsmodell heraus entstehen, damit Zielgruppen, Botschaften, Kanäle und Ressourcen nicht losgelöst voneinander geplant werden.

Maßnahme 27

Regionale Kommunikationsstrategien für die Diversifizierung entwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, regionale Akteurinnen und Akteure
- Quelle: WS5, WS6
- Regionale Kommunikationsstrategien werden entwickelt, um Diversifizierungsangebote sichtbar zu machen und ein einheitliches regionales Bild zu schaffen. Die Strategien werden gemeinsam mit regionalen Partnerinnen und Partnern erarbeitet:
 - regionale Markenbildung (gemeinsame Identität, Bildsprache, Kernbotschaften),

- abgestimmte Kommunikationskanäle (regional, digital, analog),
- gemeinsame Botschaften für Betriebe und regionale Akteurinnen und Akteure.
- Die Kommunikationsstrategien werden in bestehende regionale Initiativen integriert und dienen als gemeinsame Grundlage für die Vermarktung regionaler Diversifizierungsangebote.

„Auf einen Blick“

Diversifizierung braucht Sichtbarkeit. Wenn Regionen und ihre landwirtschaftlichen Betriebe ihre Kommunikation bündeln, werden einzelne Angebote stärker wahrgenommen und regionale Stärken gemeinsam sichtbar.

Maßnahme 28

Sichtbarkeit bestehender Diversifizierungsangebote erhöhen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, regionale Akteurinnen und Akteure
- Quelle: WS5, WS6
- Bestehende Diversifizierungsangebote werden stärker sichtbar gemacht – regional, digital und über bestehende Plattformen. Dazu gehören die gemeinsame Präsentation regionaler Angebote, die Nutzung von beispielsweise Tourismus- und Regionalentwicklungsstrukturen sowie abgestimmte Kommunikationskanäle. Ziel ist es, die Vielfalt landwirtschaftlicher Leistungen klarer sichtbar zu machen und neue Kundinnen und Kunden zu erreichen.

„Auf einen Blick“

Viele gute Diversifizierungsangebote erreichen ihre Kundinnen und Kunden noch nicht ausreichend – deshalb müssen vorhandene Angebote dort sichtbar werden, wo Menschen nach ihnen suchen.

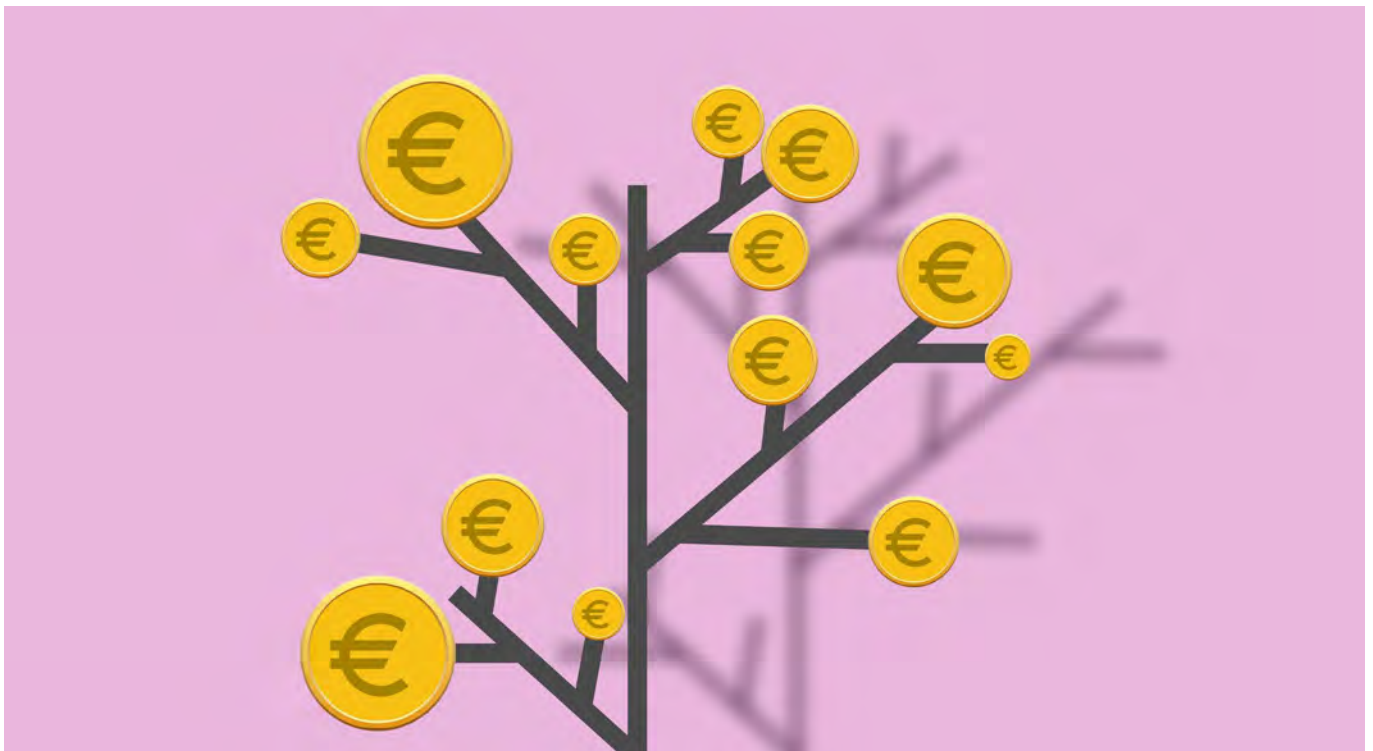
Maßnahme 29

Erfolgreiche Praxisbeispiele zur Diversifizierung kommunizieren

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4, WS6
- Auf betrieblicher Ebene werden erfolgreiche Diversifizierungsbeispiele systematisch aufbereitet und über verschiedene Kanäle kommuniziert: Videos, Kurzporträts, Social Media, regionale Medien. Die Beispiele zeigen wirtschaftliche Kennzahlen, Arbeitszeitrealität und Erfolgsfaktoren. Ziel ist, Betriebe zu inspirieren und realistische Erwartungen zu fördern.

„Auf einen Blick“

Erfolgreiche Beispiele aus der Diversifizierung sollen nicht nur inspirieren, sondern mit Kennzahlen, Arbeitszeit und Erfolgsfaktoren zeigen, was andere Betriebe daraus tatsächlich lernen können.



2.2.5 Systemische Ermöglichung

Maßnahme 30

Diversifizierung als Querschnittsthema in der landwirtschaftlichen Ausbildung verankern

- Zielgruppe: Hofnachfolgerinnen und Hofnachfolger, Lehrkräfte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS3, WS4
- Diversifizierung wird als gleichwertiges Fach- und Querschnittsthema in landwirtschaftlichen Fachschulen, der Meisterausbildung und der Hochschullehre verankert. Die Bildungsanbieter entwickeln gemeinsam abgestimmte Curricula und stellen Referentinnen und Referenten einheitliche, praxisnahe Unterlagen zur Verfügung, die Geschäftsmodellentwicklung, Markt- und Trendverständnis, Arbeitsorganisation und Rollenbilder der Hofnachfolge („landwirtschaftliche Unternehmerin“) abdecken.
- Diversifizierung wird entlang der gesamten Bildungskette koordiniert verankert. Dazu gehört die stärkere Vernetzung der Bildungsanbieter sowie die Abstimmung von Curricula, Ressourcen und Formaten, sodass Diversifizierungswissen gebündelt, die Qualität der Vermittlung erhöht und die Abstimmung zwischen schulischer Ausbildung, Meisterkursen, Weiterbildung und Beratung verbessert wird. Lehrkräfte erhalten gezielte Fortbildungen. Dadurch wird das Thema frühzeitig im Bildungsweg aufgegriffen und langfristig verankert.

„Auf einen Blick“

Diversifizierung muss vom ersten Ausbildungsjahr bis zur Weiterbildung als unternehmerische Kompetenz mitgedacht werden, damit sie nicht erst dann zum Thema wird, wenn eine konkrete betriebliche Entscheidung ansteht.

Maßnahme 31

Prozessbegleitung als eigenständiges Beratungsformat österreichweit etablieren

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS3, WS4, WS5
- Aufbau und flächendeckende Etablierung von Prozessbegleitung/Coaching als eigenständiges Beratungsformat für Diversifizierung – von der ersten Idee bis zur Umsetzung. Die Prozessbegleitung arbeitet ergebnisoffen, beginnt bei der Person („Unternehmertyp, Familie, Rollen“) und führt dann zum Betrieb und Geschäftsmodell.
- Bestehende Formate der Betriebsentwicklung werden weiterentwickelt und klar als Diversifizierungs-Prozessberatung positioniert. Als Best-Practice dienen [Green Care – Wo Menschen aufblühen, Ik-projekt niederösterreich | wien GmbH](#) und [NEU.LAND Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft](#).
- Beraterinnen und Berater werden in Coaching-, Rollen- und Kommunikationskompetenz geschult, damit die Begleitung fachlich und methodisch konsistent erfolgt.

„Auf einen Blick“

Betriebe brauchen eine professionelle Prozessbegleitung, die nicht sofort Lösungen vorgibt, sondern gemeinsam mit dem Betrieb klärt, welcher Diversifizierungsweg zum Betrieb passt.

Maßnahme 32

Kümmerner-/„Enabler“-Rolle für die Diversifizierung in Beratung und regionalen Strukturen aufbauen

- Zielgruppe: Beraterinnen, Berater sowie regionale Akteurinnen und Akteure
- Quelle: WS2, WS3, WS4, WS5
- Eine koordinierende Rolle („Kümmerner“, „Enabler“) wird aufgebaut, die Betriebe bei der Diversifizierung systemisch begleitet. Zu den Aufgaben gehören Vernetzung, Moderation, Prozessbegleitung, Schnittstellenmanagement und die Weiterleitung an Expertinnen und Experten.
- Die Rolle ergänzt die klassische Fachberatung und wird durch gezielte Weiterbildungen und geeignete Förderinstrumente unterstützt.

„Auf einen Blick“

Betriebe brauchen bei der Diversifizierung eine Person, die den Überblick behält, die richtigen Partnerinnen und Partner zusammenbringt und den Weg durch Bildung, Beratung, Fachwissen und regionale Strukturen koordiniert.

Maßnahme 33

Ansatz „Lehrkräfte mit Beratungsfunktion“ für die Diversifizierung prüfen

- Zielgruppe: Lehrkräfte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4
- Prüfung, ob der Schweizer Ansatz „Lehrkräfte mit Beratungsfunktion“ für den Bereich der Diversifizierung in Österreich sinnvoll und übertragbar ist. Ziel ist eine stärkere Verzahnung von Lehre und Beratung, eine schnellere Wissensweitergabe und eine bessere Abstimmung zwischen Bildungs- und Beratungssystem.

„Auf einen Blick“

Wenn Lehrkräfte näher an der Beratung arbeiten können, lässt sich Wissen schneller in die Praxis bringen und die bisherige Trennung von Ausbildung und betrieblicher Entwicklung überwinden.



Maßnahme 34

Wissensplattform „Mein Hof - Mein Weg“ für Diversifizierung ausbauen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4, WS6
- Die bestehende Wissensplattform „Mein Hof - Mein Weg“ wird für den Themenbereich Diversifizierung weiter ausgebaut und bündelt Informationen, Bildungs- und Beratungsangebote an einer zentralen Stelle. Die Plattform stellt Geschäftsmodellbeispiele, Kennzahlen, Trendwissen, rechtliche Hinweise, Förderinformationen, Beratungsleitfäden, Bildungsunterlagen und MethodenBAGs bereit und wird laufend aktualisiert, sodass aktuelle Entwicklungen jederzeit verfügbar sind. Durch ein österreichweites Mapping bestehender Bildungs- und Beratungsangebote entsteht Transparenz über vorhandene Formate, Doppelstrukturen werden vermieden und Weiterentwicklungen gezielt angestoßen.
- Die Plattform wird um eine Übersicht bestehender Netzwerke ergänzt, um regionale Initiativen stärker sichtbar zu machen und gezielt zu nutzen, Doppelgleisigkeiten zu vermeiden und nur bei Bedarf neue Netzwerke aufzubauen.
- Die Plattform dient als gemeinsame Informationsbasis für Betriebe, Beraterinnen und Berater sowie Bildungsanbieter und unterstützt die koordinierte Weiterentwicklung des Diversifizierungswissens im gesamten System.

„Auf einen Blick“

Betriebe und Beratung brauchen einen verlässlichen gemeinsamen Wissenszugang, der gute Beispiele, Kennzahlen, Trends, Bildungsangebote und relevante Informationen an einem Ort zusammenführt: „Mein Hof - Mein Weg“.

Maßnahme 35

Gemeinden als Partner der Diversifizierung systematisch einbinden

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Bürgermeisterinnen und Bürgermeister
- Quelle: WS5
- Gemeinden werden als Kommunikations-, Netzwerk- und Infrastrukturpartner systematisch in Diversifizierungsprozesse eingebunden. Sie übernehmen eine aktive Rolle in der regionalen Entwicklung, unterstützen die Sichtbarkeit neuer Angebote und erleichtern die Nutzung kommunaler Ressourcen für innovative Geschäftsmodelle. Ziel ist es, Diversifizierungsinitiativen regional zu verankern, Kooperationen zu erleichtern und stabile Rahmenbedingungen für neue Wertschöpfungsketten zu schaffen.
- Zur Unterstützung der Diversifizierung werden kommunale Infrastruktur und Kommunikationskanäle gezielt genutzt (Räume, Flächen, digitale und analoge Informationskanäle). Gemeinden wirken an regionalen Entwicklungsprozessen mit, beteiligen sich an gemeinsamen Kommunikationsstrategien und unterstützen Betriebe bei lokalen Abstimmungen und Genehmigungen.
- Für die Zusammenarbeit zwischen Gemeinden und landwirtschaftlichen Betrieben werden Leitfäden entwickelt, die Rollen, Abläufe und Kooperationsmöglichkeiten klar beschreiben. Dadurch werden Gemeinden als aktive Partner in regionalen Innovationsökosystemen positioniert und tragen zur nachhaltigen Entwicklung neuer Diversifizierungsbereiche bei.

„Auf einen Blick“

Gemeinden sollten stärker als aktive Partner der Diversifizierung einbezogen werden, weil sie Räume, Infrastruktur, regionale Kontakte und Kommunikationswege für neue Geschäftsmodelle zugänglich machen können.

Maßnahme 36

Österreichweite Bildungskampagne zur Diversifizierung umsetzen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater, regionale Akteurinnen und Akteure sowie relevante externe Branchen (Tourismus, Ernährung, Gewerbe, Gesundheit etc.)
- Quelle: WS1, WS2, WS4, WS6
- Eine österreichweite Bildungskampagne zur Diversifizierung wird konzipiert und umgesetzt, die die Vielfalt der Produkte und Dienstleistungen auf multifunktionalen landwirtschaftlichen Betrieben sichtbar macht und so die Diversifizierung als strategische Betriebsoption stärkt. Gezeigt werden unterschiedliche Formen der Diversifizierung (zum Beispiel Urlaub am Bauernhof, Schule am Bauernhof, Green Care, Maschinenring-Dienstleistungen, Gutes vom Bauernhof, erneuerbare Energie, Seminarbäuerinnen), wobei die gemeinsame Klammer – Diversifizierung als Wertschöpfung am Hof und in der Region – im Mittelpunkt steht. Die Kampagne richtet sich an unterschiedliche Zielgruppen und trägt dazu bei, die positive Wahrnehmung und das Image der Diversifizierung in Österreich zu stärken.

„Auf einen Blick“

Eine österreichweite Bildungskampagne kann Diversifizierung aus der Nische holen und sichtbar machen, wie vielfältig Landwirtschaft heute bereits Wertschöpfung für Betriebe, Regionen und Gesellschaft schafft.

Maßnahme 37

Niederschwellige Fördermodelle für Diversifizierung entwickeln

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte
- Quelle: WS5, Literaturrecherche
- Für kleinere Diversifizierungsprojekte werden niederschwellige Fördermodelle entwickelt, die geringe Einstiegshürden und eine einfache Abwicklung ermöglichen. Die Modelle umfassen reduzierte Mindestfördersummen, vereinfachte Kriterien und kurze Entscheidungswege. Sie richten sich an Betriebe mit begrenzten Ressourcen und unterstützen erste Schritte in neue Geschäftsmodelle. Niedrigere Mindestfördersummen erleichtern den Zugang zu Förderungen und ermöglichen Betrieben, erste Umsetzungsschritte zu setzen, ohne große Investitionen tätigen zu müssen.

„Auf einen Blick“

Kleine Diversifizierungsideen brauchen Fördermöglichkeiten, die bei überschaubaren Investitionen einen realistischen Einstieg ermöglichen und nicht an hohen Einstiegshürden scheitern.

Maßnahme 38

Förderinstrumente an Diversifizierung anpassen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4, WS5
- Bestehende Förderinstrumente werden so angepasst, dass Diversifizierungsprojekte besser abgebildet und einfacher umgesetzt werden können. Dabei werden Best-Practice-Ansätze wie AWS Sustainable Food Systems berücksichtigt:
 - flexible Kostenarten, einschließlich der Anerkennung von Coaching und Prozessbegleitung,
 - die Berücksichtigung von Dienstleistungen, die Betriebe für die Diversifizierung benötigen (z. B. Website-Erstellung, Grafikleistungen, Marketingunterstützung),
 - die Abbildung hybrider Geschäftsmodelle, also Kombinationen aus landwirtschaftlichen und gewerblichen Tätigkeiten,
 - die Einführung von Förderchecks als einfaches, unbürokratisches Instrument für Diversifizierungsprojekte, die insbesondere für Coaching, Prozessbegleitung oder erste Umsetzungsschritte eingesetzt werden können.
- Beraterinnen und Berater werden geschult, um Betriebe bei der Förderwahl und Antragstellung gezielt zu unterstützen und die erweiterten Fördermöglichkeiten im Beratungsprozess einzusetzen.

„Auf einen Blick“

Förderinstrumente müssen die tatsächliche Entwicklung Diversifizierungsmodelle abbilden – einschließlich Dienstleistungen, Prozessbegleitung und Kombinationen aus landwirtschaftlichen und gewerblichen Tätigkeiten.

Maßnahme 39

Bürokratie und Dokumentationspflichten bei der Diversifizierung reduzieren

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte
- Quelle: WS4, WS5
- Bürokratische Anforderungen sowie Nachweis- und Dokumentationspflichten bei Diversifizierungsprojekten werden vereinfacht, um den Einstieg zu erleichtern und den administrativen Aufwand für Betriebe zu reduzieren. Die Vereinfachungen umfassen vereinfachte Formulare und Fördermasken, eine einfachere digitale Abwicklung in der digitalen Förderplattform (DFP) sowie die Anpassung des Verwaltungsaufwands an die jeweilige Fördersumme im Sinne eines proportionalen Förderaufwands. Ergänzend werden verständliche Informationsangebote bereitgestellt, die die wichtigsten Schritte der Antragstellung und Umsetzung nachvollziehbar erklären. Die Vereinfachungen werden mit Förderstellen abgestimmt und in bestehende Systeme integriert.

„Auf einen Blick“

Wer Diversifizierung fördern will, muss den Einstieg einfacher machen: weniger unnötige Bürokratie und ein Verwaltungsaufwand, der zur Größe des Vorhabens passt.

Maßnahme 40

Rechts- und Förderorientierung für die Diversifizierung verbessern

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Beraterinnen und Berater
- Quelle: WS4, WS5, WS6, Literaturrecherche
- Betriebe erhalten verständliche Orientierung zu den rechtlichen und förderrechtlichen Rahmenbedingungen, die für Diversifizierungsprojekte und die Kombination landwirtschaftlicher und gewerblicher Tätigkeiten relevant sind. Berücksichtigt werden dabei insbesondere Gewerberecht, Steuerrecht, Sozialversicherung, Lebensmittelrecht, Tourismusrecht, Haftungsfragen, Qualitätsstandards sowie die Abgrenzung zwischen landwirtschaftlichen und gewerblichen Betriebszweigen.
- Beraterinnen und Berater werden geschult, um rechtliche Grundfragen frühzeitig zu klären, Diversifizierungsprojekte korrekt einzuordnen und Betriebe gezielt an Expertinnen und Experten weiterzuleiten. Die Maßnahme reduziert Unsicherheiten und erleichtert die Umsetzung hybrider Geschäftsmodelle.

„Auf einen Blick“

Betriebe brauchen frühzeitig verständliche Orientierung zu Recht und Förderung bei der Diversifizierung, damit rechtliche Unsicherheiten nicht erst dann sichtbar werden, wenn ein neues Geschäftsmodell bereits geplant ist oder Investitionen getätigt wurden.

Maßnahme 41

Zusammenarbeit von Landwirtschafts- und Wirtschaftskammer bei Diversifizierung stärken

- Zielgruppe: Beraterinnen und Berater, Institutionen
- Quelle: WS5
- Die Abstimmung zwischen Landwirtschaftskammer und Wirtschaftskammer wird verbessert, um Betriebe bei Diversifizierungsprojekten besser zu unterstützen. Die Abstimmung umfasst gemeinsame Informationsangebote, abgestimmte Förderlogiken und klare Zuständigkeiten für Fragen an der Schnittstelle zwischen landwirtschaftlichen und gewerblichen Tätigkeiten. Die Maßnahme stärkt die Schnittstellenarbeit und erleichtert die Orientierung für Betriebe, die neue Geschäftsmodelle entwickeln.

„Auf einen Blick“

Landwirtschafts- und Wirtschaftskammer müssen bei der Diversifizierung an den Schnittstellen enger zusammenarbeiten, damit Betriebe mit hybriden Geschäftsmodellen klare und abgestimmte Unterstützungsstrukturen vorfinden.

Maßnahme 42

Bildungslandkarte Diversifizierung entwickeln und systematisch verankern

- Zielgruppe: Bildungsanbieter, Beraterinnen und Berater, landwirtschaftliche Organisationen
- Quelle: WS5
- Die österreichweite Bildungslandkarte Diversifizierung wird als interne Übersicht entwickelt, die auf einer Analyse und Evaluierung bestehender Bildungsangebote basiert und Transparenz über Formate, Inhalte und Anbieter schafft. Sie umfasst die strukturierte Erhebung, Bewertung und Sichtbarmachung aller relevanten Bildungsangebote im Bereich Diversifizierung, einschließlich jener von Organisationen außerhalb der klassischen LFI-Strukturen wie [Bio-Austria](#), [MR-Akademie](#) oder weiteren spezialisierten Bildungsakteurinnen und Bildungsakteuren.
- Die Bildungslandkarte zeigt bestehende Angebote, identifiziert Parallelstrukturen, macht tatsächliche Bildungslücken sichtbar und erleichtert die Abstimmung zwischen unterschiedlichen Bildungsanbietern. Sie stärkt die Sichtbarkeit bestehender Angebote für landwirtschaftliche Betriebe, unterstützt die effiziente Nutzung vorhandener Ressourcen und bildet die Grundlage für eine strategische Weiterentwicklung der Diversifizierungsbildung entlang der gesamten Bildungskette.

„Auf einen Blick“

Eine österreichweite Bildungslandkarte macht sichtbar, was bereits vorhanden und wo Bildungsanbieter ihre Kräfte noch besser bündeln können.

Maßnahme 43

Bewusstsein für Diversifizierung erhöhen

- Zielgruppe: Landwirtinnen und Landwirte, Institutionen, Öffentlichkeit
- Quelle: WS6, Literaturrecherche
- Auf gesellschaftlicher Ebene wird Diversifizierung als wichtiger Beitrag der Landwirtschaft über die Urproduktion hinaus kommuniziert – etwa in den Bereichen Versorgung, Pflege, Gesundheit, Prävention, Energie, Bildung, Tourismus und regionale Entwicklung. Dazu werden Öffentlichkeitsarbeit, regionale Kampagnen, Medienkooperationen und die Integration in bestehende Initiativen genutzt. Ziel ist es, Akzeptanz für neue Wege der Landwirtschaft zu schaffen und ihre multifunktionale Rolle sichtbar zu machen.

„Auf einen Blick“

Diversifizierung muss als gesellschaftlich relevante Leistung der Landwirtschaft sichtbar werden, damit neue betriebliche Wege nicht nur wirtschaftlich möglich, sondern auch gesellschaftlich anerkannt und nachgefragt werden.



3. BESTÄTIGUNG DER HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND MASSNAHMEN

Die im Rahmen der „Bildungsinitiative Diversifizierung – (neue) Wertschöpfungsstrategien für die kleinstrukturierte multifunktionale Landwirtschaft in Österreich“ abgeleiteten Bedarfe, Bildungs- und Beratungsziele, Handlungsempfehlungen und Maßnahmen wurden sowohl durch europäische als auch nationale Erkenntnisse untermauert. Die folgenden Abschnitte zeigen, wie zentrale Ergebnisse des EU CAP Network, der Thematischen Gruppe Diversifizierung sowie der österreichischen Online-Konsultation und des GAP-Workshops die fachliche Ausrichtung der Initiative bestätigen und die Relevanz für die Weiterentwicklung der Diversifizierung in der Landwirtschaft untermauern.

3.1 EU CAP Network Meeting am 4. Februar 2026

Das [EU CAP Network](#) ist eine von der Europäischen Kommission eingerichtete Plattform zum Austausch von Wissen, Erfahrungen und bewährten Verfahren in den Bereichen Landwirtschaft und ländliche Entwicklung. Es vernetzt nationale Netzwerke der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP-Netzwerke), Verwaltungen, Forschungseinrichtungen, Bildungs- und Beratungseinrichtungen sowie Akteurinnen und Akteure aus Landwirtschaft, Wirtschaft und Praxis. Ziel des Netzwerks ist es, die Konzeption, Umsetzung, Evaluierung und Weiterentwicklung der Gemeinsamen Agrarpolitik zu unterstützen sowie Innovation und Wissenstransfer in den Mitgliedstaaten zu fördern. Im Rahmen der Thematischen Gruppe „Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe“ analysierte das EU CAP Network Chancen und Herausforderungen der Diversifizierung, bewertete die Wirksamkeit bestehender GAP-Maßnahmen und entwickelte Empfehlungen zur Stärkung der wirtschaftlichen Resilienz landwirtschaftlicher Betriebe. An der Thematischen Gruppe nahmen rund 40 Vertreterinnen und Vertreter aus 21 Mitgliedstaaten teil. Die „Bildungsinitiative Diversifizierung“ war Teil dieser europäischen Expertengruppe und brachte ihre Erfahrungen und Erkenntnisse in den fachlichen Austausch ein.

„Diversifizierung betrifft nicht nur die Angebote oder Dienstleistungen, viel wichtiger es betrifft die Identität. In globalisierten und standardisierten Märkten wird Identität zu einem wichtigen Diversifizierungsfaktor.“

Aussage Jacopo Goracci, Landwirt, Italien. TG Farm Diversification, EU CAP Network, Brüssel, Feb. 2026

Die im Rahmen der „Bildungsinitiative Diversifizierung“ abgeleiteten Handlungsempfehlungen und Maßnahmen decken sich in wesentlichen Punkten mit den Ergebnissen der Thematischen Gruppe „Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe“ des EU CAP Network sowie den Ergebnissen einer EU-weiten Befragung von Verwaltungsbehörden aus 19 Mitgliedstaaten. Die europäischen Erkenntnisse bestätigen dabei insbesondere mehrere der im Rahmen der Workshops als prioritär identifizierten Bedarfe.

Die Ergebnisse der Thematischen Gruppe verdeutlichen, dass Diversifizierung weit über Investitionsförderungen hinausgeht und insbesondere den systematischen Aufbau von Kompetenzen, geeignete Unterstützungsstrukturen sowie die Zusammenarbeit unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure erfordert. Der geforderte systematische Kompetenzaufbau bestätigt Bedarf 10 (Unternehmerische und persönliche Kompetenzen), der unternehmerisches Denken, betriebswirtschaftliches Know-how, Innovationsgeist, Marketingverständnis und strategisches Handeln als zentrale Voraussetzungen für eine erfolgreiche Diversifizierung definiert. Die Bedeutung geeigneter Unterstützungsstrukturen und der Zusammenarbeit unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure deckt sich zudem mit Bedarf 11 (Beratungskompetenz und branchenübergreifende Netzwerke).

Als wesentliche Erfolgsfaktoren werden ein gemeinsames Verständnis von Diversifizierung, standort- und regionalspezifische Ansätze sowie eine stärkere Vernetzung von Bildung, Beratung, Forschung und Praxis hervorgehoben. Diese Aussagen bestätigen Bedarf 11 (Beratungskompetenz und branchenübergreifende Netzwerke), der die Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Tourismus, Gastronomie, Handel und weiteren Wirtschaftsbereichen sowie die Qualifizierung von Beratung und Netzwerkakteurinnen und -akteuren als Voraussetzung für erfolgreiche Innovations- und Diversifizierungsprozesse hervorhebt.

Darüber hinaus wird empfohlen, Innovation gezielt durch professionelle Unterstützungsstrukturen – beispielsweise Innovationszentren oder vergleichbare Innovationsnetzwerke – zu fördern, um Wissenstransfer zu erleichtern und landwirtschaftliche Betriebe bei der Entwicklung und Umsetzung neuer Diversifizierungsstrategien zu begleiten. Dies bestätigt insbesondere Bedarf 21 (Gründungskompetenz und innovationsfreundliche Kultur), der zentrale Anlaufstellen, interdisziplinäre Beratungsteams und eine innovationsfreundliche Gründerkultur als wichtige Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Geschäftskonzepte beschreibt.

Auch die Ergebnisse der EU-weiten Befragung der Verwaltungsbehörden bestätigen zentrale Erkenntnisse der „Bildungsinitiative Diversifizierung“. Als wesentliche Herausforderungen werden Qualifikationsdefizite in den Bereichen Unternehmensführung, Betriebswirtschaft, Marketing, Vertrieb, Digitalisierung und Management genannt. Damit werden insbesondere Bedarf 10 (Unternehmerische und persönliche Kompetenzen) und Bedarf 13 (Digitale Transformation) bestätigt. Die genannten Qualifikationsdefizite im Bereich Marketing und Vertrieb unterstreichen zudem Bedarf 34 (Sichtbarkeit und professionelle Kommunikation), der den Ausbau von Marketing- und Kommunikationskompetenzen als wichtigen Erfolgs-

faktor für Diversifizierungsangebote hervorhebt. Gleichzeitig wird empfohlen, Bildungsangebote, Wissenstransfer sowie die Entwicklung unternehmerischer Kompetenzen gezielt auszubauen, um Landwirtinnen und Landwirte bei der Entwicklung neuer Einkommensmöglichkeiten durch Diversifizierung und bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle wirksam zu unterstützen. Dies deckt sich unmittelbar mit Bedarf 10 und Bedarf 21.

Weitere Empfehlungen betreffen die stärkere Förderung marktorientierter Kompetenzen wie (digitales) Marketing und Vertrieb sowie die Berücksichtigung neuer Diversifizierungsfelder, darunter Bildung am Bauernhof, soziale Landwirtschaft (Care Farming, Green Care), erneuerbare Energien und weitere Dienstleistungen. Die Betonung marktorientierter Kompetenzen und neuer Diversifizierungsfelder bestätigt Bedarf 5 (Diversifizierung marktorientiert gestalten und neue Zielgruppen erschließen), der eine konsequente Nachfrageorientierung sowie die Erschließung neuer Märkte, Zielgruppen und Geschäftsfelder fordert.

Darüber hinaus werden einfachere Diversifizierungsprogramme mit niedrigeren Zugangsbarrieren, eine bessere Koordinierung und Integration bestehender Förder- und Unterstützungsinstrumente sowie die Stärkung regionaler Partnerschaften, Genossenschaften und des LEADER-Ansatzes als wichtige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Diversifizierung hervorgehoben. Die Forderung nach einfacheren Programmen und niedrigeren Zugangsbarrieren bestätigt Bedarf 26 (Komplexe und schwer zugängliche Förderinstrumente vereinfachen). Die bessere Koordinierung von Förder- und Unterstützungsinstrumenten sowie die Stärkung regionaler Partnerschaften und Kooperationen unterstützen zudem Bedarf 11 (Beratungskompetenz und branchenübergreifende Netzwerke).

Die europäischen Ergebnisse unterstreichen zudem die Bedeutung eines integrierten Ansatzes, der Qualifizierung, Wissenstransfer, Vernetzung, Innovationsförderung und regionale Zusammenarbeit miteinander verbindet. Damit werden zentrale Elemente der Bedarfe 10 (Kompetenzen), 11 (Beratungskompetenz und Netzwerke) und 21 (Gründungskompetenz und innovationsfreundliche Kultur) bestätigt.

Insgesamt zeigt sich damit eine hohe Übereinstimmung zwischen den im Rahmen der österreichischen „Bildungsinitiative Diversifizierung“ entwickelten Bedarfen und den europäischen Erkenntnissen. Die Ergebnisse des EU CAP Network bestätigen damit die fachliche Relevanz, Aktualität und europäische Anschlussfähigkeit der im Rahmen der Bildungsinitiative entwickelten Maßnahmen.



TG-Diversification Meeting 4. Februar 2026 Brüssel EU CAP Network Büro © EU CAP Network

Quelle: EU CAP Network (2026):

Thematische Gruppe „Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe“. Abschlussbericht der Thematischen Gruppe sowie Ergebnisse der Umfrage unter den Verwaltungsbehörden der Mitgliedstaaten (März–April 2026)

EU CAP Network: EU-Netzwerk für die Gemeinsame Agrarpolitik (Common Agricultural Policy)
GAP-Workshops: Workshops zur Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP)

3.2 Online-Konsultation und GAP-Workshop am 2. Juni 2026

Die durchgeführte Online-Konsultation von 13. April bis 7. Mai 2026 mit 191 Rückmeldungen zum Thema „Einkommen und Betriebsentwicklung“ sowie der GAP-Workshop „Einkommen und Betriebsentwicklung“ am 2. Juni 2026 in Wien zeigen ein konsistentes Bild der aktuellen Herausforderungen und Entwicklungsbedarfe in der österreichischen Landwirtschaft. Die Ergebnisse beider Formate zeigen, dass landwirtschaftliche Betriebe künftig breiter aufgestellt sein müssen, um wirtschaftlich stabiler und unabhängiger agieren zu können. Die Ergebnisse halten fest, dass „die klassische Produktion allein für zahlreiche Höfe nicht mehr ausreicht“¹, was direkt Bedarf 5 (Diversifizierung marktorientiert gestalten und neue Zielgruppen erschließen) bestätigt. Die genannten Diversifizierungswege – Direktvermarktung, Verarbeitung, Urlaub am Bauernhof, Bildungs- und Sozialangebote sowie erneuerbare Energie – entsprechen den beschriebenen neuen Zielgruppen, Marktchancen und der geforderten nachfrageorientierten Ausrichtung.

Die Ergebnisse der Online-Konsultation und des GAP-Workshops zeigen zudem, dass die erfolgreiche Gestaltung zukünftiger Förder- und Innovationsprogramme eine enge Verzahnung von Praxis, Bildung und Beratung erfordert. Sie heben hervor, dass Investitionsmaßnahmen mit begleitenden Bildungs- und Beratungsangeboten verknüpft sein müssen¹. Dies bestätigt Bedarf 10 (Unternehmerische und persönliche Kompetenzen stärken) sowie Bedarf 18 (Individuelle Beratung und koordinierte Prozessbegleitung). Die geforderte Weiterentwick-

*„Als besonders prioritär wurden
der Ausbau des Austauschs
zwischen den Akteurinnen
und Akteuren, die stärkere
Zusammenarbeit zwischen Bildung
und Beratung sowie eine bessere
bundesländerübergreifende
Koordination der Angebote
identifiziert.“*

Dokumentation GAP Stakeholder Workshop & Online
Konsultation, BMLUK, Juli 2026

lung unabhängiger Beratungsangebote und Kompetenzzentren deckt sich mit Bedarf 11 (Beratungskompetenz und branchenübergreifende Netzwerke), der qualifizierte Beratung und sektorübergreifende Kooperation als Voraussetzung für erfolgreiche Diversifizierung definiert. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Wissenstransfer zwischen Forschung und Praxis. Die Ergebnisse nennen „Reallabore, Modellprojekte, Wissensplattformen und regionale Netzwerke“ als geeignete Instrumente¹. Diese Einschätzung deckt sich mit Bedarf 21 (Gründungskompetenz und innovationsfreundliche Kultur), der zentrale Anlaufstellen, interdisziplinäre Beratungsteams und eine innovationsfreundliche Gründerkultur fordert.

Die Betonung transdisziplinärer Zusammenarbeit¹ bestätigt die Bedarfe zur stärkeren Einbindung von Wissenschaft, Praxis und Gesellschaft (Bedarf 11, Bedarf 21). Der Aufbau von Nachhaltigkeits-, Innovations und Transformationskompetenzen entspricht den Zukunftskompetenzen (Bedarf 10).

Kooperation und Zusammenarbeit werden in der Online-Konsultation und dem GAP-Workshop als wesentliche Faktoren für die Zukunft der Landwirtschaft beschrieben. Die Ergebnisse zeigen, dass „Herausforderungen nur gemeinsam gelöst werden können – regional, entlang der Wertschöpfungskette und zwischen Landwirtschaft, Politik und Gesellschaft“¹. Dies bestätigt Bedarf 33 (Direktvermarktung strategisch weiterentwickeln), der leistungsfähige Logistik und Vermarktungsnetzwerke fordert. Die Betonung gemeinsamer Vermarktung und genossenschaftlicher Modelle deckt sich mit Bedarf 11 (Netzwerke) und Bedarf 21 (Gründungskompetenz). Die Bedeutung von Transparenz und Bewusstseinsbildung¹ entspricht Bedarf 34 (Sichtbarkeit und professionelle Kommunikation), der strategische Kommunikation, Marketingkompetenzen und öffentliche Sichtbarkeit als zentrale Erfolgsfaktoren definiert.

Im Bereich Bildung und Beratung wird ein deutlicher Handlungsbedarf sichtbar. Die Online-Konsultation und der GAP-Workshop betonen, dass „der größte Handlungsbedarf in einer stärkeren Vernetzung und besseren Abstimmung innerhalb des Bildungs- und Beratungssystems“ liegt¹. Diese Aussage bestätigt Bedarf 18 (Individuelle Beratung und Prozessbegleitung) sowie Bedarf 11 (Beratungskompetenz und Netzwerke). Die positiv bewerteten Formate wie Webinare, Lehrgänge und Demonstrationsbetriebsnetzwerke decken sich mit Bedarf 10 (Kompetenzen) und Bedarf 34 (Kommunikation). Die Bedeutung spezifischer Bildungsangebote für Frauen und Diversifizierungsbetriebe bestätigt die Zielgruppenbedarfe (Bedarf 5, Bedarf 10).

Die Präsentation des GAP-Workshops ergänzt diese Inhalte durch ein kompaktes Zukunftsbild der GAP ab 2028. Sie zeigt die strategische Ausrichtung:

- Zukunft GAP zentral – Kontinuität / Vereinfachen / Verschlanken;
- Qualitätsproduktion – Maßnahmen konsequent vorantreiben;
- Unternehmertum – Potenzial weiter heben;
- Bildung und Beratung – Angebot weiterentwickeln;
- Vernetzung und Kooperation – Betriebe unterstützen; und
- Digitalisierung – praktikable Tools / Anwendungen².

Die Schwerpunkte decken sich mit Bedarf 13 (Digitale Transformation), der digitale Werkzeuge als Entlastung und Zukunftschance definiert, sowie Bedarf 25 (Bürokratische, rechtliche und verwaltungstechnische Hindernisse reduzieren) und Bedarf 26 (Förderinstrumente vereinfachen). Die Präsentation des GAP-Workshops bestätigt zudem die strukturelle Absicherung von Diversifizierung in der GAP-Verordnung („Art. 13“, „Art. 14“, „VKO bis zu 100.000 €“)², was direkt Bedarf 26 (Fördervereinfachung) und Bedarf 25 (rechtliche Erleichterungen) unterstützt.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Online-Konsultation und des GAP-Workshops, dass Diversifizierung, Bildung und Beratung, Wissenstransfer, Kooperation, Digitalisierung, Gründungskompetenz, Prozessbegleitung und regionale Wertschöpfung zentrale Bausteine für die zukünftige Entwicklung der österreichischen Landwirtschaft sind. Die Ergebnisse decken sich damit klar mit den Top 10 Bedarfen und bestätigen deren fachliche Ausrichtung.

Quelle: ¹ Dokumentation GAP-Stakeholder-Workshop und Online-Konsultation zum Themenbereich „Einkommen und Betriebsentwicklung“, Bundesministerium für Land und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (BMLUK), Juli 2026. ² Präsentation GAPWorkshop „Einkommen und Betriebsentwicklung“, 2. Juni 2026, BMLUK.

4. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Ausgangslage und zentrale Erkenntnis

Die Workshops, die Online-Konsultation und die europäischen Erkenntnisse zeigen ein konsistentes Bild: Die österreichische Landwirtschaft befindet sich in einem strukturellen Wandel, geprägt durch Marktveränderungen, Klimawandel und zunehmende Wetterextreme wie Dürreperioden, neue Zielgruppen, gesellschaftliche Erwartungen und wirtschaftliche Unsicherheiten. Die klassische Produktionslogik allein reicht für viele Betriebe nicht mehr aus, um langfristig wirtschaftlich stabil zu bleiben. Diversifizierung wird damit zu einer strategischen Betriebsoption, die neue Einkommensmöglichkeiten eröffnet, regionale Wertschöpfung stärkt und die Resilienz der Betriebe erhöht. Die Analyse der 54 Bedarfe und die Verdichtung auf die Top 10 Bedarfe machen deutlich: Diversifizierung ist kein Investitionsthema, sondern ein Kompetenz-, Struktur- und Systemthema. Betriebe und Beratung benötigen ein erweitertes Kompetenzprofil, und die systemischen Rahmenbedingungen müssen modernisiert werden, damit Diversifizierung tatsächlich gelingen kann.

Strukturelle Herausforderungen

Aus den Ergebnissen lassen sich fünf systemische Herausforderungen ableiten:

Marktorientierung und Trendanbindung

Viele Diversifizierungsentscheidungen werden noch zu stark angebotsorientiert getroffen. Tragfähige Geschäftsmodelle entstehen jedoch nur, wenn Markt, Zielgruppen und Trendwissen systematisch genutzt werden.

Unternehmerische und digitale Kompetenzen

Kalkulation, Digitalisierung, Automatisierung und Geschäftsmodellentwicklung gehören zu den wichtigsten Zukunftskompetenzen – sind aber derzeit unzureichend ausgeprägt in Bereich der Diversifizierung.

„Diversifizierung ist ein zentraler Ansatz, um Betriebe widerstandsfähiger zu machen, neue Einkommensquellen zu erschließen und die Zukunftsfähigkeit der Landwirtschaft zu sichern.“

Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Bericht zur nachhaltigen Entwicklung der Landwirtschaft, 2021

Systemische und prozessbegleitende Beratung

Diversifizierung ist ein individueller Prozess, der langfristige Begleitung erfordert. Klassische Fachberatung reicht dafür nicht aus. Es braucht Prozessbegleitung, Schnittstellenkompetenz und eine koordinierende Rolle („Kümmerer“) sowie interdisziplinäre Beratungsteams und Innovationsnetzwerke.

Rechtliche und fördertechnische Rahmenbedingungen

Bürokratie, unklare Rechtsfragen und schwer zugängliche Förderinstrumente erschweren die Diversifizierung erheblich. Flexible, einfache Programme mit niedrigeren Zugangshürden sind notwendig.

Regionale Kooperationen und Netzwerke

Diversifizierung gelingt nur, wenn Landwirtschaft, Wirtschaft, Tourismus, Regionalentwicklung und Gemeinden zusammenarbeiten. Regionale Netzwerke und Partnerschaften, Genossenschaften und LEADER-Strukturen, Stakeholderbindung und operative Zusammenarbeit sind zentrale Erfolgsfaktoren.

Strategische Schlussfolgerungen für Bildung und Beratung

Die Ergebnisse ergeben einen klaren strategischen Auftrag für die Weiterentwicklung der Diversifizierung in Österreich:

Diversifizierung als strategisches Zukunftsthema im gesamten Bildungs- und Beratungssystem verankern

Die Maßnahmen zeigen, dass Diversifizierung nicht punktuell, sondern strukturell vermittelt werden muss – in Fachschulen, Meisterkursen, Weiterbildungen, Prozessbegleitung und Beratung. Die empfohlene Bildungslandkarte schafft dafür Transparenz über bestehende Angebote und zeigt Entwicklungsbedarfe und Lücken im Bildungs- und Beratungssystem auf.

Marktorientierung und Geschäftsmodellentwicklung als Kern der Diversifizierungsbegleitung etablieren
Entscheidungen müssen „vom Markt her“ getroffen werden. Trendimpulse, Zielgruppenverständnis, Geschäftsmodell-Checks und Businesspläne sind zentrale Bausteine.

Beratung zu einem systemischen, vernetzten und prozessbegleitenden Angebot weiterentwickeln
Die Rolle der Beratung verändert sich grundlegend: weg von punktueller Fachberatung, hin zu Prozessbegleitung. Moderation, Schnittstellenmanagement, Netzwerkkoordination und die Kümmerer-Rolle sind entscheidende Hebel.

Regionale Innovationsökosysteme aufbauen und stärken

Kooperationen zwischen Landwirtschaft, Wirtschaft, Tourismus, Gemeinden und Regionalentwicklung sind entscheidend. Austauschformate, Stakeholderbindung, sektorübergreifende Zusammenarbeit und regionale Netzwerke sind zentrale Erfolgsfaktoren.

Förderlogik und Bürokratie modernisieren

Niederschwellige Fördermodelle, flexible Kostenarten, Förderchecks, vereinfachte Dokumentation und klare rechtliche Orientierung sind zentrale Voraussetzungen, um Diversifizierung zu ermöglichen.

Sichtbarkeit und Bewusstseinsbildung erhöhen

Diversifizierung ist ein gesellschaftliches Thema. Diversifizierung braucht Kommunikation, Storytelling, Zukunftsbilder und regionale Strategien, um Akzeptanz zu schaffen, die Gesellschaft zu erreichen und neue Zielgruppen anzusprechen.

Fazit

Die „Bildungsinitiative Diversifizierung – (neue) Wertschöpfungsstrategien für die kleinstrukturierte multifunktionale Landwirtschaft in Österreich“ zeigt klar: Diversifizierung ist kein Randthema, sondern eine strategische Betriebsoption für die österreichische Landwirtschaft. Die Workshops, die Online-Konsultation und die europäischen Erkenntnisse bestätigen die fachliche Ausrichtung und die Relevanz der entwickelten Maßnahmen. Jetzt ist der Zeitpunkt, die Maßnahmen konsequent umzusetzen. Sie bilden ein kohärentes, praxisnahes und strategisch anschlussfähiges Gesamtpaket, das Kompetenzen stärkt, Bildung und Beratung sowie Kooperationen und Zusammenarbeit (weiter)entwickelt und systemische Rahmenbedingungen verbessert. Die österreichische Landwirtschaft kann diese strategische Betriebsoption nur dann erfolgreich realisieren, wenn Bildung, Beratung, Institutionen und Regionen die Maßnahmen gemeinsam und entschlossen umsetzen und die Vernetzung inner- und außeragrarischer Kooperationspartnerinnen und -partner stärken.

Der Auftrag ist eindeutig: Diversifizierung braucht eine systematische Umsetzung. Die abgeleiteten Maßnahmen liefern dafür die Grundlage.

Dank an die Vertreterinnen und Vertreter der folgenden Institutionen

Die Expertise und das Engagement aller Mitwirkenden haben wesentlich dazu beigetragen, konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmen für die Weiterentwicklung von Bildungs- und Beratungsangeboten sowie für die Weiterentwicklung der Beraterkompetenzen im Bereich Diversifizierung zu entwickeln. Damit wurde ein wichtiger Schritt gesetzt, um die Diversifizierung

stärker als strategische Betriebsoption in der österreichischen Landwirtschaft zu verankern. Ein herzliches Dankeschön gilt allen, die ihre Expertise eingebracht haben – sei es bei den Betriebsbesuchen, in Gruppendiskussionen, Fokusgruppen und Einzelinterviews oder in den sechs Workshops zur Ableitung der Handlungsempfehlungen und Maßnahmen:

- AGRIDEA – unabhängigen Beratungszentrale für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft
- Agro Innovation Lab GmbH
- Amt der OÖ Landesregierung
- Arbeiterkammer
- ARGE-Bäuerinnen
- Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mbH
- Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft
- Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus
- Berner Fachhochschule, Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften
- Bezirksbauernkammer Kirchdorf Steyr
- Bio Austria
- Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und Bergbauernfragen
- Bundesforschungs- und Ausbildungszentrum für Wald, Naturgefahren und Landschaft
- Bundesministerium für Bildung
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft
- Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume für die Gemeinsame Agrarpolitik der EU
- Deutscher Bauernverband
- Eurac Research, Institut für Regionalentwicklung
- Freie Universität Bozen
- Garten- und Organisationsberatung Heistingner
- Green Care Entwicklungs- und Beratungs-GmbH
- Green Care Österreich
- Gründerzentrum NEU.LAND, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft
- Gutes vom Bauernhof
- Handelskammer Bozen
- Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences
- Höhere Bundeslehranstalt für Landwirtschaft und Ernährung Sitzenberg
- Humboldt-Universität zu Berlin
- Initiative Heimat Unternehmen Bayern

- Innovation Farm Wieselburg
- Junge Landwirtschaft Österreich
- KeyQUEST Marktforschung GmbH
- KMU Forschung Austria
- Land Jugend Österreich
- Land schafft Leben
- Land- und forstwirtschaftliche Bundes-Lehrlings- und Fachausbildungsstelle Salzburg
- Ländliches Fortbildungsinstitut Österreich sowie die Ländlichen Fortbildungsinstitute der Bundesländer
- Landwirtschaftliche Betriebe – 14 Vor-Ort-Besuche (5 in Österreich, 2 in Deutschland, 4 in der Schweiz und 3 in Südtirol) sowie 810 österreichische Betriebe im Rahmen der KeyQUEST Telefonumfrage
- Landwirtschaftliche Fachschule Plantahof
- Landwirtschaftskammer Österreich sowie die Landwirtschaftskammern der Bundesländer
- LEADER forum Österreich
- LEADER Region Weinviertel Ost
- Lebensqualität Bauernhof
- Ik-projekt GmbH
- Maschinenring Österreich
- Netzwerk Zukunftsraum Land
- Österreichischer Gewerkschaftsbund
- Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung
- Österreichisches Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung
- Perspektive Landwirtschaft
- Regionalwert AG
- Schule am Bauernhof
- Sozialgenossenschaft Südtirol „Mit Bäuerinnen lernen – wachsen – leben“
- Strickhof, Kompetenzzentrum für Bildung und Dienstleistungen in der Land-, Lebensmittel- und Hauswirtschaft
- Styria vitalis
- Südtiroler Bäuerinnen Organisation
- Südtiroler Bauernbund, Roter Hahn
- SUM Stadt Umland-Management Wien/NÖ
- Thünen-Institut für Betriebswirtschaft
- Universität für Bodenkultur Wien
- Universität Wageningen
- Urlaub am Bauernhof
- Wirtschaften am Land
- Wirtschaftskammer Österreich

GANZ NACH DEM MOTTO DER VISION 2028+:

Gemeinsam Zukunft gestalten. Ideen säen – Vielfalt und Erfolg ernten!

ANHANG I.: PROTOKOLLE WORKSHOPS

Ergebnisse Workshop 1

Priorisierung der Bedarfe sowie Formulierung von Bildungs- und Beratungszielen und Handlungsempfehlungen

Donnerstag, 26. März 2026, im Rahmen der Bildungs- und Beratungsreferent:innen-Tagung 2026. forum lk – Fortbildungs- und Veranstaltungszentrum der Landwirtschaftskammer Tirol

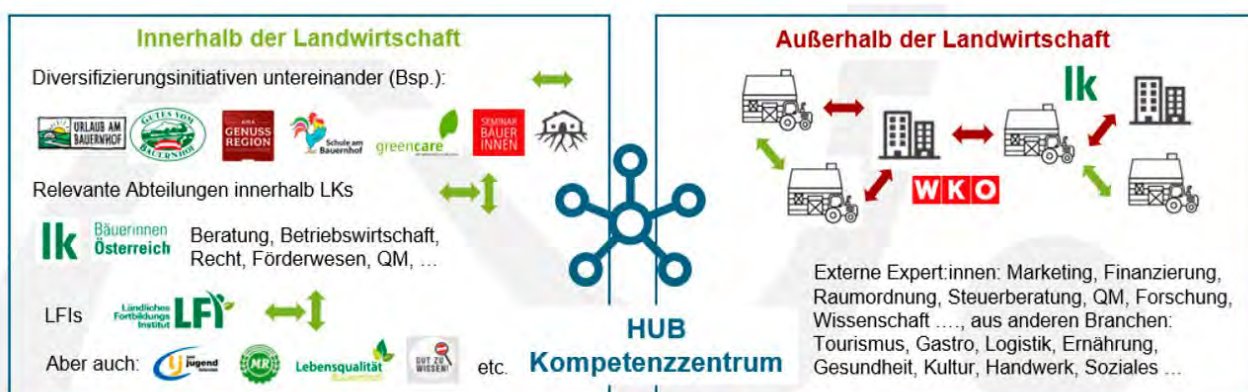
Ergebnisse

Im Rahmen des ersten von insgesamt sechs Workshops wurden die Ergebnisse der Priorisierung der 54 Bedarfe durch die Bildungs- und Beratungsreferent:innen in fünf Kategorien (1) Trends und mögliche Angebote (2) Bildung und Beratung (3) Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen (4) Netzwerke und (5) Marketing und Kommunikation) vorgestellt. In anschließenden Kleingruppen wurden die Bildungs- und Beratungsziele sowie konkrete Maßnahmen erarbeitet. Im Vorfeld wurden die 54 Bedarfe an die Bildungs- und Beratungsreferent:innen der Landwirtschaftskammern sowie der LFI's übermittelt, verbunden mit der Bitte um eine Prioritätseinschätzung (1) höchste Priorität; (2) hoch; (3) mittel; (4) niedrig; (5) sehr niedrig sowie

„kann ich nicht beurteilen“. Insgesamt wurden 15 Rückmeldungen ausgewertet. Die jeweils fünf höchstgereihten Bedarfe pro Kategorie wurden im Workshop präsentiert

Vor der geplanten Kleingruppenarbeit wurden den Bildungs- und Beratungsreferent:innen der aktuelle Status quo sowie ein Ausblick auf das Projekt „Bildungsinitiative Diversifizierung“ vorgestellt. Dabei wurde insbesondere der gemeinsame Ansatz betont: Ziel ist es, Bildungs- und Beratungsangebote besser aufeinander abzustimmen, weiterzuentwickeln und zu vernetzen, um Diversifizierung als strategische Option der Betriebsentwicklung weiter zu stärken. Weitere Details sind der Präsentation in der Beilage zu entnehmen.

Wichtig ist die gemeinsame Vision, das **Zielbild Diversifizierung in der Landwirtschaft**. Wie kann die Diversifizierung in der Landwirtschaft Wertschöpfung am Betrieb und in der Region generieren? Das Zielbild ist insofern wichtig, als damit unterschiedliche Sichtweisen künftig geeint werden können: „Diversifizierung wird künftig überhaupt erst die Urproduktion ermöglichen.“ (CH) vs. „Bevor man zusperrt, diversifiziert man halt.“ (D). Beim Zielbild sollten auch die Wissenschaft und die Forschung eine aktive Rolle spielen.



Zu den Prioritäten wurden vier Kleingruppen gebildet, um die Bildungs- und Beratungsziele sowie die Handlungsempfehlungen abzuleiten.

GRUPPE 1 Gruppe 1: Trends / mögliche Angebote; Bildung und Beratung Formulierung Bildungs- und Beratungszielen (Schritt 2) Handlungsempfehlungen und Maßnahmen (Schritt 3)

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Landwirt:innen erwerben?
(Schritt 2)

Kategorie	Bedarf	Landwirt:in
		• Social Media • unternehmerisches Denken, Aufzeichnungen • zielgruppenorientierte Kommunikation/Marketing • Lernen aus anderen Branchen

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Berater:innen erwerben?
(Schritt 2)

Kategorie	Bedarf	Berater:in
		• Social Media • Vernetzung über Fachbereich hinaus • keine Angst vor dem Gewerbe / Blick über Tellerrand • Marktorientierung

Wo bestehen derzeit Lücken im Bildungsangebot? Welche Bildungsangebote braucht es für Landwirt:innen? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen?
(Schritt 3)

Kategorie	Bedarf	Landwirt:in
		• Vernetzungsmöglichkeiten (auch international) • Kooperationen / vertikale Vernetzung (Gesetz etc.) • Automatisierung (Online-Shops etc.) • revival BUS / BFU

Wo bestehen derzeit Lücken im Beratungsangebot? Welche Berater:innen-Kompetenzen braucht es? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen?
(Schritt 3)

Kategorie	Bedarf	Berater:in
		• Zielgruppen analysieren • Prozessberatung / Begleitung • Out of the Box-Denken • Kompetenzzentrum Betriebsentwicklung Gründung & Innovation

GRUPPE 1

Trends / mögliche Angebote Bildung und Beratung

- Nicht nur die Landwirt:innen, auch die Berater:innen sollten „Social-Media-fit“ sein.
- Unternehmerisches Denken stärken. Die Betriebe haben die Daten ihrer Aufzeichnungen, nutzen sie zu wenig bzw. gar nicht. Verweis auf Studie Leopold Kirner „Was kann man von erfolgreichen Betrieben lernen?“. Revival der legendären BUS- (Bäuerliches Unternehmerinnen und Unternehmer) und BFU- (Bäuerliche-Familien-Unternehmen) Seminare wäre hilfreich.
- Zielgruppenorientiertes Marketing, Lernen von den Besten.
- Lernen aus anderen Branchen, Querdenken, andere Strukturen sehen und daraus lernen. Offen sein für Neues.

- Vernetzung über den Fachbereich hinaus in den Kammern und LFIs: Es gibt so viele Expert:innen „im Haus“. Internationale Vernetzung ist wichtig.
- Sich am Markt zu orientieren, ist wichtig für die Betriebe, aber auch für die Berater:innen; dazu gehört auch die Markt- bzw. Zielgruppenanalyse.
- „Keine Angst vor dem Gewerbe“ – sowohl bei den Betrieben als auch bei den Berater:innen. Kompetenzen „Einstieg ins Gewerbe“ bündeln (LK und WK).
- Prozessberatung ausbauen: Berater:innen müssen nicht alles wissen, aber wissen, wen sie fragen (Netzwerkarbeit).
- Vernetzungsmöglichkeiten zwischen den Bäuer:innen erweitern.
- Kooperationen sind wichtig, um Trends wahrzunehmen und auch umzusetzen (vertikale Vernetzung).
- Digitalisierung, Automatisierung der Betriebe hat Priorität.

GRUPPE 2

Vernetzung der unterschiedlichen Diversifizierungsberater:innen & Innovationsberater:innen
Sichern / umsetzen

Voraussetzung durch UaB
- Berater:in muss viel vor Ort sein, um Kompetenz zu sein
→ Qualität braucht Fallzahlen

Gruppe 2: Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen; Bildung und Beratung

Formulierung Bildungs- und Beratungszielen (Schritt 2)
Handlungsempfehlungen und Maßnahmen (Schritt 3)

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Landwirt:innen erwerben?
(Schritt 2)

Kategorie	Bedarf	Landwirt:in
		Lernen von Berufs-Kolleg:innen Feedbackkultur und Peer-Learning-Möglichkeiten in UaB-Verlässlichen Gruppen

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Berater:innen erwerben?
(Schritt 2)

Kategorie	Bedarf	Berater:in

Wo bestehen derzeit Lücken im Bildungsangebot? Welche Bildungsangebote braucht es für Landwirt:innen? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen?
(Schritt 3)

Kategorie	Bedarf	Landwirt:in
		Cross-Visits von Diversifizierungs- (Berater:innen)

Wo bestehen derzeit Lücken im Beratungsangebot? Welche Berater:innen-Kompetenzen braucht es? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen?
(Schritt 3)

Kategorie	Bedarf	Berater:in
		Nachschärfung d. bestehenden Angebote & Entwicklung d. Angebote ↳ Soziale/finanzielle Unterstützung & Finanzierung ↳ Hinweis auf Beratungsebene & Einstiegsberatung

GRUPPE 2

Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen Bildung und Beratung

- Übergeordnete Themen:
 - Die Vernetzung der unterschiedlichen Diversifizierungs- und Innovationsberater:innen sichern und umsetzen.
 - Diversifizierungs- und Innovationsberatung bedeutet: Der/Die Berater:in braucht Fallzahlen. Ohne Fallzahlen ist es schwierig, Wissen und die Qualität einzuhalten (Idee: österreichweite Expert:innen-Teams).
- Die Landwirt:innen sollen von Berufskolleg:innen lernen. Einführung einer Feedback-Kultur und von Peer-Learning-Möglichkeiten (Idee: Ein UaB-Betrieb stellt einem anderen UaB-Betrieb einen zweitägigen Aufenthalt zur Verfügung, und gemeinsam lernt man voneinander).

- In der Beratung das Thema „Gleichstellung der Geschlechter“ fix verankern, die soziale Absicherung der Bäuerin am Betrieb – als Teil der Berater:innen-Checkliste.
- Bei den unterschiedlichen Zertifizierungsprogrammen im Bereich der Diversifizierung (Green Care, SaB, UaB, ...) sollten gleiche Kriterien anerkannt werden, damit der Betrieb diese nicht mehrfach nachweisen muss.
- Förderungen für die Diversifizierung sicherstellen (Maßnahme 73-08: Investitionen in Diversifizierungsaktivitäten inklusive Be- und Verarbeitung sowie Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse).
- Eine „rechtliche Sandkiste“ ermöglichen (Gewerbe, hybride Geschäftsmodelle, Raumordnung, Hygiene, ...).
- Sichtbarmachen der Vorteile der Diversifizierung für die Bäuerinnen (Wertschätzung, eigenes Einkommen generieren, eigene Preise festlegen). Diversifizierung als wichtiger Beitrag zur Selbstständigkeit.

GRUPPE 3

Gruppe 3: Netzwerke; Bildung und Beratung
Formulierung Bildungs- und Beratungszielen (Schritt 2)
Handlungsempfehlungen und Maßnahmen (Schritt 3)

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Landwirt:innen erwerben? (Schritt 2)

Kategorie	Bedarf	Landwirt:in
#32	Info	
#49	Info zu bestehenden Netzwerken	
#43	Info zu SoG, Berater:innen...	
#10	Strategie agropol. Maßnahmen	
	Bereitschaft Wichtigkeit zum unternehmerischen Denken	

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Berater:innen erwerben? (Schritt 2)

Kategorie	Bedarf	Berater:in
#32	Kennis reg. Vermarktungsstrukturen	
#49	Produkt zu Kooperationsmodellen	
#51	Bewusstsein - Grenze zu Gewerbe → WK	
#		

Wo bestehen derzeit Lücken im Bildungsangebot? Welche Bildungsangebote braucht es für Landwirt:innen? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen? (Schritt 3)

Kategorie	Bedarf	Landwirt:in
#49	Be+Bil.-Ziel Koop fördern...	

Wo bestehen derzeit Lücken im Beratungsangebot? Welche Berater:innen-Kompetenzen braucht es? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen? (Schritt 3)

Kategorie	Bedarf	Berater:in
#33	Verknüpfung d. Angebote	
#51	Beratungsprozess → zu WK	
#10	Verknüpfung in Produkten niederschwellig	

Handwritten Notes:

- #51 → Strukturierte Zusammenkunft LK+WK ausbauen Top down bis in Region
- #48 → Interessensvertretung, BBLUK, BMWE, BMASGPK...
- #49 → Finanzierung notwendig ↑, Marketing ↑
- regional Ber.k
- AKU Marketing Marketing in Ländern ±B. AMT
- G3
- Gutten vom Bauernhof
- Kontrollinstrument f. Gdab: Gut zu Wasser
- zukunftskeimzeichnung
- #49... System Strukturen in Region nicht vorhanden sind
- #33... wo Beratung wird automatisch Bildungsangebot vorliegt
- AKU, Meister:innen, BW, LF Angebot Berat.
- Leicht in Facharbeiter:innen / Meister:innen Lehrgänge ein inklusive in Schulen & in Schulen

2. Unternehmerische und persönliche Kompetenzen für eine vielfältige und zukunftsfähige Diversifizierung in der Landwirtschaft fördern (#10)

- Ziel: Unternehmerisches Denken, betriebswirtschaftliche Kompetenz, persönliche Reife und Resilienz sollen systematisch gestärkt werden, um landwirtschaftliche Betriebe in ihrer wirtschaftlichen und strategischen Entwicklung zu unterstützen, und die Diversifizierung als modernes, attraktives und zukunftsfähiges Berufsfeld zu positionieren.

3. Von der Ausbildung bis zur Weiterbildung: Diversifizierung systematisch in der landwirtschaftlichen Bildung verankern (#16)

- Ziel: Eine praxisnahe, innovationsorientierte und inklusive Bildung soll entlang des gesamten Bildungswegs gestärkt werden. Diversifizierung wird als zentrales Querschnittsthema in der landwirtschaftlichen Aus- und Weiterbildung systematisch verankert, um zukünftige Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter und Fachkräfte auf unternehmerische Vielfalt, neue Geschäftsmodelle und nachhaltige Betriebsstrategien vorzubereiten.

GRUPPE 3

Netzwerke Bildung und Beratung

- Diversifizierung als Thema in Facharbeiter:innen- und Meister:innenlehrgängen sowie in landwirtschaftlichen Schulen integrieren.
- Bedarf 32 und 49 behandeln dasselbe Thema. Die Frage stellt sich, was für die Bildung und Beratung relevant ist. Vieles ist bereits vorhanden.
- Bedarf #32: Regionale Vermarktung und neue Absatzwege durch Kooperation mit Tourismus und Gastronomie ausbauen.
 - Die Berater:innen sollten Kenntnisse regionaler Vermarktungsstrukturen in die Beratung einbringen (z. B. AMA-Marketing, Marketing in den Bundesländern, etwa über die Ämter der Landesregierungen, Kontrollinstrument für die Gastronomie „Gut zu wissen“).
- Bedarf #51: Vertrauensvolle Kooperationen zwischen Landwirtschaft und Wirtschaft stärken.
 - Strukturierte Zusammenarbeit zwischen LK und WK ausbauen (Top-down und Bottom-up).
 - Bewusstseinsbildende Maßnahmen bei den Berater:innen zur Schnittstelle Landwirtschaft/ Gewerbe.
- Beratungsprozesse von LK und WK verstehen, Wissen aufbauen, Ängste abbauen. Bedarf #49: Regionale Wertschöpfung und Vermarktung stärken, emotionale Bindung fördern.
- Finanzierung sicherstellen und Mittel für Marketing erhöhen.
- Landwirt:innen sollten ihre Netzwerke kennen und sich vernetzen. Regionale Berater:innenkompetenzen sind dafür erforderlich (z. B. AMA-Marketing, regionale Genussregionen, regionale Food-Hubs wie „Ja! Zu nah“, BVN, ...).
- Die Berater:innen sollten entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Produkt bis zu Kooperationsmodellen – beraten können.
- Sofern Strukturen in der Region nicht vorhanden sind, sollte Wissen über Kooperationen bei den Bäuer:innen gefördert werden.
- Bei Bedarf #48 „Politische und institutionelle Unterstützung für Diversifizierung ausbauen“ ist es wichtig, die Interessensvertretung für Diversifizierung gegenüber den Ministerien zu stärken, die besonders relevant sind (Sozial-, Wirtschafts-, Forschungs- und Wissenschaftsministerium).

GRUPPE 4


HOCHSCHULE FÜR
Agrar- und Umweltpädagogik
Eigene Rechtspersönlichkeit

Gruppe 4: Kategorien: Marketing und Kommunikation; Bildung und Beratung
Formulierung Bildungs- und Beratungszielen (Schritt 2)
Handlungsempfehlungen und Maßnahmen (Schritt 3)

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Landwirt:innen erwerben?
(Schritt 2)

Kategorie	Bedarf	Landwirt:in
KI - Nutzung		
Story telling		
Photos und Videos		
Social media		

Wo bestehen derzeit Lücken im Bildungsangebot? Welche Bildungsangebote braucht es für Landwirt:innen? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen?
(Schritt 3)

Kategorie	Bedarf	Landwirt:in
IBAK weiterführen		
Kooperationen		

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollen die Berater:innen erwerben?
(Schritt 2)

Kategorie	Bedarf	Berater:in
Cross selling		
Onlinevermarktung		

Wo bestehen derzeit Lücken im Beratungsangebot? Welche Berater:innen-Kompetenzen braucht es? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen?
(Schritt 3)

Kategorie	Bedarf	Berater:in
bestehende Angebote der LK darstellen		
Agrar-Influencer und Kooperationen aufbauen		

Workshop 1 Herleitung der Handlungsempfehlungen für neue und bestehende Bildungs- und Beratungsangebote sowie zu Beraterkompetenzen in der Diversifizierung (LE-78-02-BML-LW-2024-26408)

Bereits angeboten:

- Agrar Kommunikation: eigene Schulungen und auf La Tech voranschreitungen
- wieder an LK
- ~~IBAK~~ IBAK

Nicht Angebote vorhanden:

- Zielorientiert
- them. A. oder them. zielbildung
- Vernetzung: Kitz, Inquell, Strategie, Fortbildung
- müssen neu angeboten werden

Dominant bäuerlichen Angebote

Essen Wines - Plattform

Bereits angeboten und entwickelt:

- Story telling
- Webseiten...


Europäische Union
Europäische Kommission

GRUPPE 4

Marketing und Kommunikation Bildung und Beratung

- Vieles im Bereich Marketing und Kommunikation wird bereits angeboten bzw. sollte erneut angeboten sowie zwischen den Bundesländern besser vernetzt und kommuniziert werden:
 - Agrarkommunikation: eigene Schulungen oder im Rahmen von Fachtagungen.
 - Thema Marketing und Kommunikation ist in den Zertifikatslehrgängen der LFIs gut abgedeckt.
 - Inneragrарische Bildungsinitiative für Agrarkommunikation (IBAK) wieder anbieten.
 - Brotsommelier wieder anbieten.
 - Produktentwicklung und Verarbeitung (Käse, Mozzarella, Brennerei, Food Styling) wieder anbieten.
 - Esserwieser-Plattform der Seminarbäuerinnen stärker vernetzen und ö-weit kommunizieren.
- Storytelling-Angebote wurden entwickelt und sollten weiter ausgebaut werden.
- Angebote zur KI-Nutzung sind sowohl für die Landwirt:innen als auch für die Berater:innen wichtig, ebenso wie Online-Marketing.
- Cross-Selling-Kompetenzen bei den Berater:innen ausbauen, um die Wertschöpfung auf den Höfen zu stärken.
- Wichtig erscheint ein bundesländerübergreifender Austausch zwischen LKs und LFIs, aber auch innerhalb des eigenen Bundeslandes, damit bekannt ist, welche Angebote es gibt (internes Marketing). Es gibt bereits sehr viel – die Lücke liegt in der bundesländerübergreifenden Vernetzung. Es geht darum, die vorhandenen Angebote bei den Berater:innen und Betrieben sichtbar zu machen. Gleichzeitig sollte den Betrieben nicht zu viele Bildungs- und Beratungsangebote angeboten werden. Viele Angebote werden aufgrund begrenzter Zeitressourcen nicht angenommen; die Betriebe wählen sehr selektiv aus („Weniger ist mehr“).
- Überlegungen, eine eigene Beratungsschiene abseits der klassischen Beratung im Bereich der Diversifizierung aufzubauen: hohe Qualität, hohe Preise – warum nicht.
- Agrar-Influencer:innen sind ein wichtiges Thema, dem mehr Fokus gegeben werden sollte.
- Eine österreichweite Bildungskampagne „Diversifizierung“ (Arbeitstitel), um sichtbar zu machen, was es alles unter dem Schirm der Diversifizierung in der Landwirtschaft gibt (auch eine Empfehlung der AG HF 4, Vision 2028+). Zentrale Frage: Wie sprechen Bäuer:innen über ihre Produkte und Dienstleistungen mit der Gesellschaft?

Take away Workshop 1

Bildungs- und Beratungsreferent:innen der Landwirtschaftskammer und den LFIs

Zentrale Stoßrichtungen:

- Diversifizierung erfordert ein Zusammenspiel aus Kompetenzaufbau, struktureller Weiterentwicklung und besserer Vernetzung bestehender Angebote.
- Viele Angebote und Initiativen sind bereits vorhanden – die zentrale Herausforderung liegt in der Sichtbarmachung, Koordination und bundesländerübergreifenden Vernetzung.
- Die Rolle der Beratung entwickelt sich weiter: vom Fachwissen hin zur Prozessbegleitung und Vernetzungsfunktion.
- Innovation erfordert verstärkt „Out-of-the-Box“-Denken sowie Offenheit für neue Ansätze und Kooperationen.

Kompetenzbedarfe Landwirt:innen:

- Stärkung von unternehmerischem Denken, Digitalisierung und Datennutzung für Produkt- bzw. Marktentscheidungen
- Ausbau von Marketing- und Kommunikationskompetenzen (inkl. Social Media, Storytelling)
- Verbesserung der Markt- und Kundenorientierung
- Fähigkeit zur Diversifizierung und Entwicklung neuer Geschäftsfelder
- Netzwerk- und Kooperationskompetenz (vor allem vertikal)
- Offenheit für Innovation und Lernen aus anderen Branchen („Blick über den Tellerrand“)

Kompetenzbedarfe Berater:innen:

- Erweiterung zur ganzheitlichen, systemischen Beratung
- Stärkung von Prozessbegleitung, Moderation und Vernetzungskompetenz
- Aufbau von Markt-, Marketing- und Diversifizierungs-Know-how sowie Digitalisierungskompetenzen
- Fähigkeit, entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu beraten
- Wissen über Schnittstellen (z. B. Landwirtschaft/ Gewerbe)
- Förderung von innovativem Denken („Out-of-the-Box“) und neuen Lösungsansätzen

Zentrale strukturelle Herausforderungen:

- Zu geringe Vernetzung zwischen Bundesländern sowie innerhalb bestehender Organisationen (LKs, LFIs)
- Fehlende Transparenz über bestehende Bildungs- und Beratungsangebote
- Doppelte Anforderungen durch unterschiedliche Zertifizierungssysteme
- Bedarf an koordinierten Beratungsstrukturen (z. B. österreichweite Expert:innen-Teams, ausreichende Fallzahlen)
- Schnittstellenprobleme zwischen Landwirtschaft und Gewerbe (LK/WK)
- Fehlende bzw. komplexe rechtliche Rahmenbedingungen für neue Geschäftsmodelle („rechtliche Sandkiste“)

Bildungs- und Beratungsansätze:

- Bestehende Angebote stärker vernetzen, bündeln und sichtbar machen („internes Marketing“)
- Förderung von Vernetzung und Austauschformaten (z. B. Peer Learning, Betriebsbesuche)
- Einsatz neuer Methoden in Bildung und Beratung (z. B. Co-Creation, partizipative Ansätze, praxisnahe und peer-basierte Formate ausbauen)
- Erfolgreiche Formate reaktivieren und weiterentwickeln (z. B. BUS/BFU, IBAK)
- Diversifizierung systematisch in Aus- und Weiterbildung integrieren (Schulen, Facharbeiter:innen- und Meister:innenausbildung)
- Aufbau von zielgruppenspezifischen, qualitativ hochwertigen Beratungsangeboten

Querschnittsthemen:

- Gleichstellung und Rolle der Bäuerinnen stärker in Beratung verankern (Berater:innen-Checkliste)
- Kooperationen als Schlüssel für Marktzugang stärken
- Bedeutung von Kommunikation und gesellschaftlichem Dialog (z. B. Agrarkommunikation, Influencer:innen, Kampagnen)
- Sicherstellung von Förderinstrumenten für Diversifizierungsaktivitäten (z.B. Investitionsförderung Diversifizierung für die Betriebe)

Ergebnisse Workshop 2

Priorisierung der Bedarfe sowie Formulierung von Bildungs- und Beratungszielen und Handlungsempfehlungen

Dienstag, 14. April 2026, an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik in Wien.
Vertreter:innen mit Bezug zum Thema Diversifizierung außerhalb von Kammern und LFI

Ergebnisse

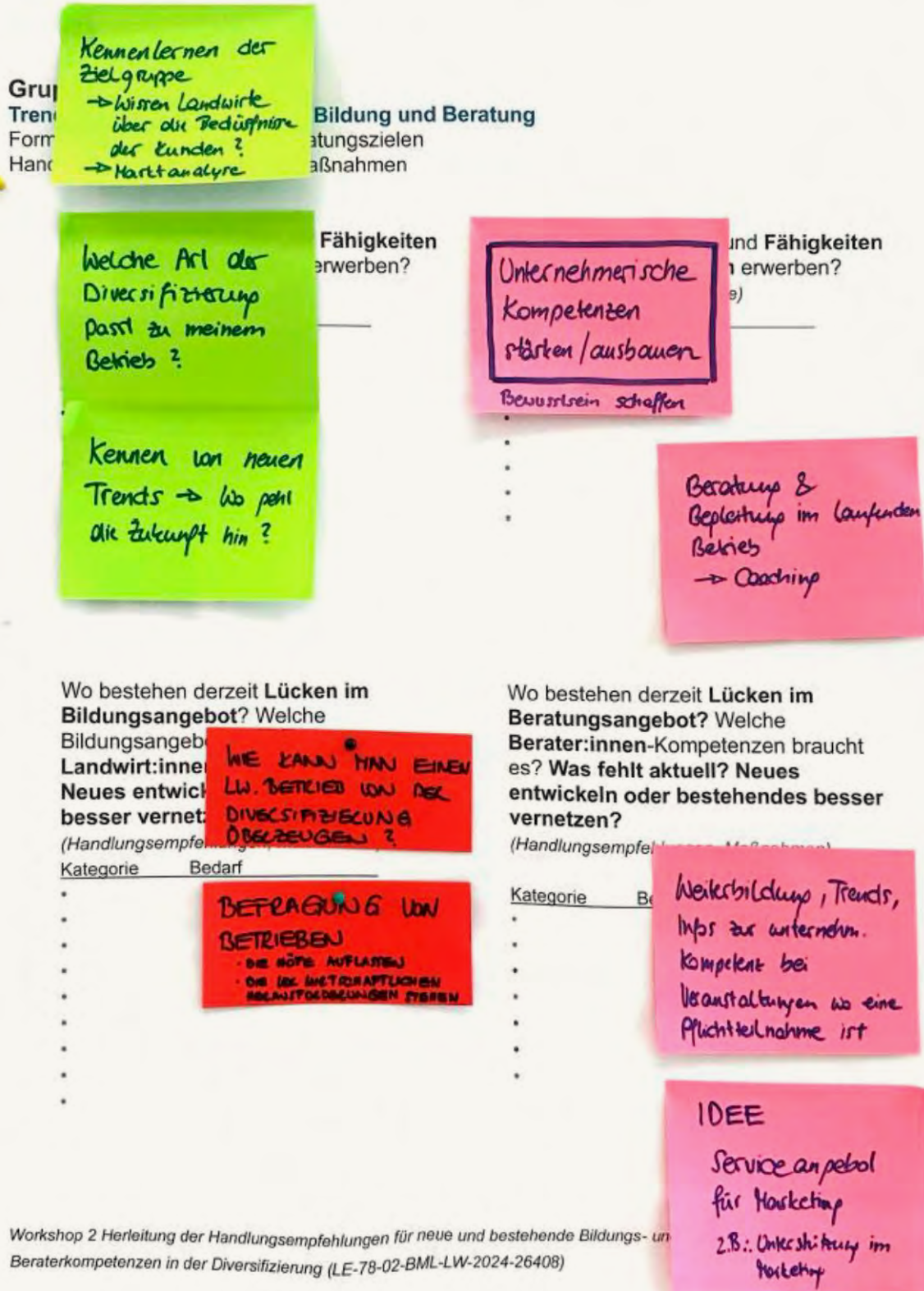
Im Rahmen des zweiten von insgesamt sechs Workshops wurden die Ergebnisse der Priorisierung der 54 Bedarfe in fünf Kategorien (1) Trends und mögliche Angebote (2) Bildung und Beratung (3) Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen (4) Netzwerke und (5) Marketing und Kommunikation) vorgestellt. In anschließenden Kleingruppen wurden die Bildungs- und Beratungsziele sowie konkrete Maßnahmen erarbeitet. Im Vorfeld wurden den Teilnehmenden die 54 Bedarfe übermittelt, verbunden mit der Bitte um eine Prioritätseinschätzung (1) höchste Priorität, (2) hoch, (3) mittel, (4) niedrig, (5) sehr niedrig sowie „kann ich nicht beurteilen“). Da diese Einschätzung – im Unterschied zu Workshop 1 – nicht verpflichtend war, gingen insgesamt vier Rückmeldungen ein. Es wurden die höchstgeordneten Bedarfe pro Kategorie vom Workshop 1 und 2 präsentiert.

Vor der geplanten Kleingruppenarbeit wurden den Teilnehmenden der aktuelle Status quo sowie ein Ausblick auf das Projekt „Bildungsinitiative Diversifizierung“ vorgestellt. Dabei wurde der gemeinsame Ansatz betont: Ziel ist es, Bildungs- und Beratungsangebote besser aufeinander abzustimmen, weiterzuentwickeln und zu vernetzen, um Diversifizierung als strategische Option der Betriebsentwicklung zu stärken. Weitere Details sind der Präsentation in der Beilage zu entnehmen.

Wichtig ist die gemeinsame Vision, das **Zielbild Diversifizierung in der Landwirtschaft**. Wie kann die Diversifizierung in der Landwirtschaft Wertschöpfung am Betrieb und in der Region generieren? Das Zielbild ist insofern wichtig, als damit unterschiedliche Sichtweisen künftig geeint werden können: „*Diversifizierung wird künftig überhaupt erst die Urproduktion ermöglichen.*“ (CH) vs. „*Bevor man zusperrt, diversifiziert man halt.*“ (D). Im Rahmen des Zielbildes sollten auch Wissenschaft und Forschung eine aktive Rolle spielen.

Zu den Prioritäten wurden vier Kleingruppen gebildet, um die Bildungs- und Beratungsziele sowie die Handlungsempfehlungen abzuleiten.

GRUPPE 1



Prioritäten

Kategorie: Bildung und Beratung (18)

Priorität 1 Rückmeldungen Einschätzungen Workshop 2

1. Vom reinen Produktdenken zur Marke – Kundenzentrierung und individuelle Angebotsentwicklung stärken (#19)

2. Unternehmerische und persönliche Kompetenzen für eine vielfältige und zukunftsfähige Diversifizierung in der Landwirtschaft fördern (#10)

3. Von der Ausbildung bis zur Weiterbildung: Diversifizierung systematisch in der landwirtschaftlichen Bildung verankern (#16) *Be*

- Ziel: Eine praxisnahe, innovationsorientierte und inklusive Bildung soll entlang des gesamten Bildungswegs gestärkt werden. Diversifizierung wird als zentrales Querschnittsthema in der landwirtschaftlichen Aus- und Weiterbildung systematisch verankert, um zukünftige Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter und Fachkräfte auf unternehmerische Vielfalt, neue Geschäftsmodelle und nachhaltige Betriebsstrategien vorzubereiten.

5. Individuelle Beratung und koordinierte Prozessbegleitung für erfolgreiche Diversifizierung (#18)

GRUPPE 1

Trends / mögliche Angebote Bildung und Beratung

- Unternehmerische Kompetenzen stärken, insbesondere in den Bereichen Marktanalyse, Zielgruppenverständnis und strategische Entwicklung.
- Fachberatung wird als sehr positiv bewertet. Ergänzend besteht Bedarf an einer kontinuierlichen Begleitung von der Idee bis zur Umsetzung im Sinne einer Prozessberatung. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass die Anforderungen an Berater:innen nicht zu einer Überforderung führen.
- Angebote der Innovationsberatung werden bislang zu wenig in Anspruch genommen und sollten gezielter aktiviert und vermittelt werden.
- Es besteht Bedarf an einer koordinierenden Rolle (z. B. „Kümmerer“ oder Community Manager), die Betriebe ganzheitlich begleitet. Diese Rolle erfordert andere Kompetenzen als klassische Beratung und sollte durch geeignete Weiterbildungs- und Förderinstrumente (z. B. im Rahmen der GAP) unterstützt werden. Bestehende regionale Strukturen sollen stärker eingebunden, gebündelt und vernetzt werden, z.B. mit LEADER.
- Neben Best-Practice-Beispielen sollen auch gescheiterte Diversifizierungsansätze („Bad Practice“) betrachtet werden, um Ursachen für Nicht-Umsetzung, Abbrüche oder wirtschaftliche Schwierigkeiten besser zu verstehen und für die Bildung und Beratung nutzbar zu machen.
- Die Zielgruppenorientierung soll gestärkt werden. Dazu gehört der Aufbau eines besseren Verständnisses für unterschiedliche Kund:innengruppen sowie die Förderung entsprechender Kompetenzen. Insbesondere Quereinsteiger:innen bringen hier häufig wertvolles Wissen mit, das stärker genutzt werden sollte.
- Entscheidungen über Diversifizierungsmaßnahmen sollen stärker an der tatsächlichen Marktnachfrage ausgerichtet werden, bevor größere Investitionen getätigt werden.
- Es bestehen Wissenslücken hinsichtlich aktueller Trends und deren Übersetzung in marktfähige Produkte oder Dienstleistungen. Es braucht eine stärkere Öffnung über die landwirtschaftliche Perspektive hinaus, um Kundenbedürfnisse besser zu verstehen und neue Impulse zu gewinnen.

GRUPPE 2

Welche **Kompetenzen und Fähigkeiten** sollen die **Landwirt:innen** erwerben?

(Bildungs- und Beratungsziele)

Kategorie Bedarf

- (langfristige) Investition
- **RICHTIG** kalkulieren
 - Risiko (psychosozial!)
 - dies Fremdschuldung benennen lernen
- **Geldkompetenz!**
 - Matematrische Kompetenz
 - „Mit wieviel Schulden will/kann ich leben & einen Betrieb übergeben?“
- **Bewusstseinsf. Barrieren:** Konfliktkompetenz in Beziehung & für sich selber „zu stehen“

Wo bestehen derzeit **Lücken im Bildungsangebot**? Welche Bildungsangebote braucht es für **Landwirt:innen**? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes **besser vernetzen**?

(Handlungsempfehlungen, Maßnahmen)

Kategorie Bedarf

- **Richtig rechnen!**
- mit Folgekosten & externalisierten Kosten
- Ökologisch
- Sozial
- Regionalentwicklunglich
- **Frauen als Roll-Modell**

Welche **Kompetenzen und Fähigkeiten** sollen die **Berater:innen** erwerben?

(Bildungs- und Beratungsziele)

Kategorie Bedarf

- **Vernetzungskompetenz**
 - „Demut“ & Wissen, was KH wirklich weiß, aber im System vorhanden ist.
- **Offenheit & auch unangenehme**
- **Die richtigen Fragen stellen &**
 - Wird fertigen Antworten geben („So geht das & so sicher nicht!“)
- **Gruppenberatungs-Kompetenz!**
- **Paarberatungs-Kompetenz**
- **Familienberatungs-Kompetenz!**

Wo bestehen derzeit **Lücken im Beratungsangebot**? Welche **Berater:innen-Kompetenzen** braucht es? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes **besser vernetzen**?

(Handlungsempfehlungen, Maßnahmen)

Kategorie Bedarf

- **Wissensmanagement i.d. Kammern**
 - Bsp. Jurist Frau Handliger
 - (pensionierter) Experte f. außerfamiliäre Hofnachfolge
- **Strukturell vorgegebene Soziodynamiken**
 - besprechbar machen
 - Bsp. Erbgewohnheiten (Der Alte/Des Jüngste erst)
 - „Nicht, ich bin das Problem“ sondern gewisse kollektive Konventionen setzen sich in „individualisierten“ Problemlagen

GRUPPE 2

Finanzierung, Rechts- und Organisationsformen Bildung und Beratung

- Ein Kalkulationstool zur wirtschaftlichen Bewertung ist vorhanden über Maschinenring, jedoch nicht ausreichend bekannt. Eine fundierte betriebswirtschaftliche Kalkulation wird als wesentlich erachtet, um Fehlentscheidungen zu vermeiden.
- Unterschiede im Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten werden wahrgenommen. Insbesondere Frauen agieren häufig vorsichtiger und sehen sich teils mit größeren Hürden bei Förderungen oder Krediten konfrontiert.
- Ein kompetenter Umgang mit finanziellen Ressourcen wird als zentraler Bestandteil unternehmerischer Kompetenz hervorgehoben.
- Konflikt- und Kommunikationskompetenzen innerhalb von Partnerschaft und Familie sind von großer Bedeutung. Insbesondere Bäuerinnen sollen darin gestärkt werden, eigene Ideen einzubringen und durchzusetzen sowie selbstbewusst Entscheidungen zu treffen. Unterstützende Angebote wie Gruppen-, Paar- oder Familienberatung können hilfreich sein, sofern sie angenommen werden. Auch der offene Umgang mit Emotionen (z. B. Ängste, Unsicherheiten) wird als relevant erachtet.
- Die Entwicklung von Rollenkompetenz (z. B. in den Rollen als Betriebsführerin, Partnerin oder Mutter) wird insbesondere für Frauen als wichtig angesehen.
- Hofnachfolge und innerfamiliäre Erwartungshaltungen (z. B. hinsichtlich der Erbfolge) beeinflussen betriebliche Entwicklungen und spielen auch für Diversifizierungsentscheidungen eine wesentliche Rolle.
- Der Austausch und das Wissensmanagement zwischen Regionen und Bundesländern sollen gestärkt werden. Bei Bedarf kann auch die Einbindung externer Expert:innen aus anderen Regionen sinnvoll sein.

GRUPPE 3

Welche **Kompetenzen und Fähigkeiten** sollen die **Landwirt:innen** erwerben?

(Bildungs- und Beratungsziele)

Kategorie Bedarf

-
-
-
-
-
-
-

Was soll LWB
noch alles können??

Kümmerer
Enabler/Ermöglicher

erweitertes Verständnis f.
Scaling $\begin{matrix} \text{out} \\ \text{up} \\ \text{deep} \end{matrix}$ $\rightarrow$ Findung
des richtigen

Welche **Kompetenzen und Fähigkeiten** sollen die **Berater:innen** erwerben?

(Bildungs- und Beratungsziele)

Kategorie Bedarf

Wie finde ich Netzwerke
- Was hole ich mir?
- Was kann ich einbringen?

Wo bestehen derzeit **Lücken** im **Bildungsangebot**? Welche Bildungsangebote braucht es für **Landwirt:innen**? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen?

(Handlungsempfehlungen, Maßnahmen)

Kategorie Bedarf

-

Strukturen &
Unternehmensformen
z.B. Investitionscoope.
Midmach Supermarkt,

Kooperationen u. Erfolg
- Faktoren
- Definieren was bedeutet
auf Augenhöhe
- Partnerschaften

Wie holen wir
Verbraucher:innen
ins Boot?

Plattform f. Verbraucher:
LW & Verbraucher:innen
sich auch

Wo bestehen derzeit **Lücken** im **Beratungsangebot**? Welche **Berater:innen-Kompetenzen** braucht es? Was fehlt aktuell? Neues entwickeln oder bestehendes besser vernetzen?

(Handlungsempfehlungen, Maßnahmen)

Kategorie Bedarf

-

Workshop 2 Herleitung der Handlungsempfehlungen für neue und bestehende Bildungs- und Beratungsangebote sowie zu Beraterkompetenzen in der Diversifizierung (LE-78-02-BML-LW-2024-26408)

GRUPPE 3

Netzwerke Bildung und Beratung

- Die steigenden Anforderungen an Landwirt:innen und Berater:innen werden als zunehmend überfordernd wahrgenommen. Es besteht Bedarf an einer ergänzenden Rolle (z. B. „Kümmerer:in“, Co-Creator oder Ermöglicher:in), die Prozesse begleitet und ermöglicht. Diese Funktion erfordert ein breiteres, systemisches Verständnis und unterscheidet sich von klassischer Fachberatung. Ziel ist insbesondere die Unterstützung von Skalierungsprozessen: Übertragung erfolgreicher Modelle auf andere Regionen (Scaling out), Einflussnahme auf politische und institutionelle Rahmenbedingungen (Scaling up) sowie Veränderung von Werten, Kultur und Überzeugungen (Scaling deep). Eine entsprechende finanzielle Absicherung dieser Rolle wird als notwendig erachtet.
- Es besteht Bedarf an Netzwerken, die die Entstehung und Weiterentwicklung neuer Strukturen ermöglichen. Der Fokus liegt dabei insbesondere auf dem „Wie“ der Zusammenarbeit (Prozesse, Methoden, Vernetzung) und weniger auf einzelnen Inhalten („Was“).
- Gelebte Partnerschaften werden als zentrale Voraussetzung für erfolgreiche Diversifizierungsprozesse gesehen.
- Eine stärkere Einbindung von Kund:innen sowie Kooperationen mit anderen Branchen werden als sinnvoll erachtet, auch im Hinblick auf gemeinsame Investitionen und Ressourcennutzung. Beispielshaft wurde genannt, dass ein Gastronomiebetrieb in Vorarlberg in ein Glashaus auf einem landwirtschaftlichen Betrieb investiert.
- Angebote sollen stärker von den Bedürfnissen der Kund:innen ausgehen statt vom bestehenden Angebot der Betriebe. Denkbar sind digitale Plattformlösungen (ähnlich wie Buchungssystemen), die Nachfrage und Angebot besser zusammenbringen, insbesondere in der Direktvermarktung.
- In Netzwerken ist es wichtig zu klären, was Betriebe selbst einbringen und was sie von anderen brauchen.

GRUPPE 4



GRUPPE 4

Marketing und Kommunikation Bildung und Beratung

- Die Bedeutung von Marketing soll von den Betrieben stärker berücksichtigt werden, insbesondere im Hinblick auf die gezielte Ansprache von Kund:innen und die Vermarktung von Angeboten.
- Es besteht Bedarf an einer besseren Übersicht über bestehende Bildungs- und Beratungsangebote im Bereich Diversifizierung, einschließlich der jeweiligen Schwerpunkte in den Bundesländern sowie vorhandener Expert:innen (z. B. in Kammern, LFIs und extern).
- Bestehende Angebote sollen verstärkt genutzt, weiterentwickelt und bundesländerübergreifend besser vernetzt werden, anstatt neue Strukturen parallel aufzubauen.
- Die Erstellung eines Marketingplans wird als wichtig erachtet und sollte idealerweise gemeinsam mit qualifizierten Berater:innen erfolgen. Dafür sind entsprechende Kompetenzen in der Beratung erforderlich.
- Peer-to-Peer-Austauschformate zu Marketing und Kommunikation können Betriebe zusätzlich unterstützen.
- Die Entwicklung und Bereitstellung einer praxisnahen Marketing-Toolbox wird als hilfreich angesehen.
- Betriebe sollen darin gestärkt werden, neue und kreative Ansätze in der Kommunikation zu entwickeln („out of the box“) und ihre Angebote zielgruppengerecht zu vermitteln.

Take away Workshop 2

Der Workshop 2 zeigt deutlich, dass Diversifizierung nur im Zusammenspiel von **unternehmerischen Kompetenzen, professioneller Beratung, funktionierenden Netzwerken sowie Marketing und Kommunikation** erfolgreich weiterentwickelt werden kann.

Im Bereich Bildung und Beratung stehen die **Stärkung unternehmerischer Kompetenzen** (Marktanalyse, Zielgruppenverständnis, Digitalisierung) sowie die **Prozessbegleitung** im Vordergrund. Dabei ist sicherzustellen, dass die Beratungssysteme nicht überlastet werden. Gleichzeitig braucht es eine bessere **Sichtbarmachung und Aktivierung bestehender Angebote, Strukturen und Expertisen**.

Ein zentrales Ergebnis ist der Bedarf an **neuen Rollen im Beratungssystem** (z. B. „Kümmerer:innen“, Prozessbegleiter:innen), die Betriebe ganzheitlich begleiten, Kooperationen ermöglichen und Skalierung unterstützen. Dafür sind geeignete finanzielle und strukturelle Rahmenbedingungen notwendig.

Im Bereich Finanzierung und betriebliche Entscheidungen zeigen sich die Bedeutung von **betriebswirtschaftlicher Kompetenz, Kalkulation und Risikobewusstsein** sowie der Einfluss **sozialer Faktoren** wie Hofnachfolge, Rollenbilder und innerfamiliäre Dynamiken auf Diversifizierungsprozesse.

Die Netzwerkperspektive unterstreicht den Bedarf an **stärkerer Kooperation zwischen Betrieben, Regionen und Branchen** sowie neuen Kooperations- und Plattformlösungen zur besseren Verbindung von Angebot und Nachfrage. Ebenso wichtig sind klarere Strukturen für Austausch, Wissenstransfer und **bundesländerübergreifende Vernetzung**.

Im Bereich Marketing und Kommunikation steht die **konsequente Zielgruppenorientierung** im Fokus. Betriebe sollen ihre Angebote professionell vermarkten und neue Kommunikationsformen nutzen.

Diversifizierung braucht weniger neue Einzelangebote, sondern vor allem **bessere Koordination, stärkere Vernetzung, klare Rollen im System und eine konsequente Marktorientierung**.

Ergebnisse Workshop 3

Konsolidierung und Priorisierung der Maßnahmen für Bildung und Beratung

Dienstag, 19. Mai 2026, Online. Expertinnen und Experten der Landwirtschaftskammern und der LFls.

Ergebnisse

Gemeinsames Verständnis, Ziel des Workshops

Im Rahmen des vierten von insgesamt sechs Workshops wurden die Teilnehmer:innen begrüßt. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde wurde das Ziel des Workshops kommuniziert: die gemeinsame Priorisierung und Konsolidierung der wichtigsten Maßnahmen für Bildungs- und Beratungsangebote im Bereich der Diversifizierung mit Fokus auf Wirkung und Umsetzbarkeit. Bevor der aktive Teil des Workshops startete, wurden die Ergebnisse der ersten Workshops sowie die Herleitung der Prioritäten für den aktuellen Workshop präsentiert.

Insgesamt gibt es sechs Workshops, drei davon haben bzw. finden in Präsenz statt. In den ersten beiden Präsenzworkshops („Workshop 1“ am 26. März 2026 und „Workshop 2“ am 14. April 2026) ging es um die Herleitung von Handlungsempfehlungen für neue und bestehende Bildungs- und Beratungsangebote sowie um Beraterkompetenzen im Kontext der Diversifizierung. Beim Präsenzworkshop im Rahmen der Veranstaltung „Speeding-up Innovation“ am 9. Juni 2026 („Workshop 6“) geht es um die Herleitung von Maßnahmen zu den Themen Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung. Die drei Online-Workshops dienen der Konsolidierung der wichtigsten Maßnahmen für Bildungs- und Beratungsangebote entlang der Wertschöpfungslogik eines Betriebes.

Abschnitte der Wertschöpfungslogik:

1. Orientierung und Geschäftsmodellentwicklung (Geschäftsmodell und Markt)
2. Umsetzungskompetenz und Unternehmertum (Unternehmertum und Kompetenzen)
3. Operative Umsetzung und Ressourcen (Umsetzung und Betrieb)
4. Marktzugang und Kooperation (Vermarktung und Netzwerke)
5. Systemische Ermöglichung (Begleitung und Systemzugang)

Der Workshop am 5. Mai 2026 („Workshop 4“) behandelte die Abschnitte 1 bis 3, „Workshop 5“ am 11. Juni 2026 die Abschnitte 4 und 5. Der Workshop am 19. Mai 2026 („Workshop 3“) war ursprünglich als Konsolidierungsworkshop geplant. Die davon abweichende interne Workshop-Nummerierung ist organisatorischen Gründen geschuldet und hier zu ignorieren.

Die Gruppe diskutierte sieben Themenbereiche mit 21 konkreten Maßnahmen. Im Rahmen der Diskussion wurde die Notwendigkeit einer besseren Vernetzung zwischen den verschiedenen Diversifizierungsbereichen, die Stärkung der Prozessbegleitung, die Entwicklung standardisierter Kennzahlen und die Verbesserung der Sichtbarkeit bestehender Angebote deutlich.

Themenbereich 1: Bildung und Beratung

M1: Kompetenznetzwerk Diversifizierung

Aufbau eines österreichweiten Kompetenznetzwerks zur besseren Vernetzung von Bildungs- und Beratungspersonen sowie externen Partnern (Wirtschaftskammer, Förderstellen, LEADER, etc.).

Diskussionsergebnisse:

- Befürworter-Argumente:
 - Austausch zwischen verschiedenen Diversifizierungsbereichen (Green Care, Urlaub am Bauernhof, Direktvermarktung, MR, SaB, Seminarbäuerinnen etc.) fehlt derzeit
 - Berater:innen wissen oft nicht, was in anderen Bundesländern oder Bereichen läuft
 - Externer Blick (Wirtschaftskammer, Förderstellen) ist wichtig, da Diversifizierung oft über die reine Landwirtschaft hinausgeht
 - Best Practice-Beispiel „Green Care“ hat bereits erfolgreich ein Netzwerk etabliert.
 - Kontakt im BMLUK für das Thema Diversifizierung. Früher war Gertraud Pichler zuständig. Jetzt Abteilung II/10: Wettbewerbsfähigkeit und Wissenstransfer in der Landwirtschaft?
 - Österreichweiter Spezialberater: innen-Pool wäre wichtig und den Austausch zwischen den Spezialberater:innen in weiterer Folge auch
- Kritische Stimmen:
 - Ressourcenknappheit: Bereitschaft zur Teilnahme an weiteren Gremien ist begrenzt
 - Gefahr von Parallelstrukturen: Besser bestehende Netzwerke nutzen und gezielt Infos aus anderen Bereichen einholen
 - Schnittmenge zwischen verschiedenen Diversifizierungszweigen möglicherweise zu gering für übergreifendes Netzwerk
- Bestehende Netzwerke (Green Care, Urlaub am Bauernhof, Direktvermarktung) nutzen und gezielt Infos aus anderen Bereichen einbringen, statt neues übergreifendes Gremium zu schaffen

Priorität HOCH!

M2: Prozessbegleitung als eigenes Beratungsformat

Etablierung Prozessbegleitung, bzw. Coaching als eigenständiges Beratungsformat für Diversifizierung, von der Ideenfindung bis zur Umsetzung.

Diskussionsergebnisse:

- Hohe Priorität: bereits in Umsetzung (Best Practice Green Care Betriebsentwicklung Phase 1 – 6) und als wichtig erkannt. Zuständigkeit bei Beratungsorganisationen. z.B. Ik-projekt-Leistungen in mehreren Bundesländern anbieten (Kostenpflichtig)
- Bestehende Angebote:
 - Der Begriff ist in mehreren Bundesländern bereits unter „Betriebsentwicklung“ etabliert und konkreter als „Prozessbegleitung“.
 - Bundesweite Bemühungen zur flächendeckenden Zugänglichkeit laufen bereits. (Spezialberater:innen-Pool)
- Herausforderungen:
 - Kostenbarriere: Viele Landwirt:innen sind kostenlose Interessenvertretungsleistungen gewohnt
 - Kostenpflichtige Beratungsangebote werden oft als zu teuer empfunden
 - Evaluierung und Anpassung der Kostenstruktur notwendig
- Inhaltliche Schwerpunkte:
 - Ergebnisoffen arbeiten, nicht vorschnell in Kategorien denken
 - Situations- und Problemanalyse: Welcher Unternehmertyp? Wie ist der Betrieb aufgestellt?
 - Sicherheit und Klarheit geben
 - Erst den Menschen sehen, dann den Betrieb – wie passt das zusammen?

M3: Diversifizierung in Bildungsprogramme integrieren

Systematische Verankerung der Diversifizierung in Aus- und Weiterbildung (Fachschulen, Meisterkurse, Hochschule)

Diskussionsergebnisse:

- Bestehende Ansätze:
 - Hochschule: Businessplan bereits fix verankert
 - In Curricula teilweise bereits vorhanden, aber Verstärkung notwendig
- Empfehlungen:
 - So früh wie möglich mit Thema konfrontieren (Fachschulen, Meisterausbildung)
 - Diversifizierung sollte gleichwertiges Fach sein wie Pflanzenbau und Tierhaltung
 - Betonung von Vision, Motivation und wirtschaftlicher Kompetenz
 - Berufsbild „landwirtschaftliche Unternehmerin“ statt „Haushaltsmanagement“
 - Rollenbilder bei Hofnachfolge ergänzen
- Zuständigkeit: LFI, Schulen, Hochschule; Hochschule kann auf Lehrpläne der Schulen einwirken

Themenbereich 2: Unternehmerkompetenz und Geschäftsmodelle

M4: Geschäftsmodellprogramme entwickeln

Entwicklung standardisierter Geschäftsmodellprogramme zur Unterstützung bei Ideenfindung und wirtschaftlicher Bewertung

Diskussionsergebnisse:

- Zwei Dimensionen:
 - Die richtigen Dinge tun: Ideenfindung, Inspiration, Situationsanalyse
 - Die Dinge richtig tun: Wirtschaftliche Bewertung, Kalkulation, strategische Ausrichtung

- Balance zwischen Vision und Wirtschaftlichkeit:
 - Unternehmerkompetenz wichtig, aber nicht zu früh rechnen
 - Exemplarische Business Pläne durchrechnen. Hinweis: Buch „Von der Idee zum Businessplan. Geschäftsideen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft erfolgreich umsetzen mit Beispielen aus Österreich“ (Springer Verlag, Wagner/Pöchtrager) mit vielen Beispielen
 - Mit Vision und Motivation herangehen
 - Gefahr: Blauäugig in Diversifizierung gehen vs. zu früh durch Zahlen entmutigt werden
- Bestehende Ressourcen nutzen:
 - Inhalte aus Projekt „Mein Hof - Mein Weg“
 - Standardisierte Unterlagen zu Zielgruppen, Marktanalyse, Wirtschaftlichkeit entwickeln
 - Betriebskonzept gibt es bereits in den LKs, auch erforderlich für die Diversifizierungsförderung.

Priorität HOCH!

M5: Kernkompetenz Unternehmertum nachschärfen

Stärkung unternehmerischer Kernkompetenzen in der Diversifizierung

Diskussionsergebnisse:

- Unternehmerkompetenz als Dauerschwerpunktthema in Bildung/Beratung integrieren
- Unabhängig von Diversifizierung, Geschäftsmodellentwicklung hat generell eine hohe Priorität
- Marketing- und Kommunikationskompetenzen stärken (für Betriebe und Beraterinnen)

Priorität HOCH!

M6: Daten- und Kalkulationskompetenz

Verbesserung der Daten- und Kalkulationskompetenz
als Subkompetenz der Unternehmerkompetenz

Diskussionsergebnisse:

- Bestehende Instrumente:
 - Betriebsentwicklungskonzept der Kammern mit Diversifizierungskalkulationen
 - Bei bestehenden Instrumenten ansetzen, nicht neu erfinden
 - Internetdeckungsbeitrag-Rechner (IDB) in Bayern sehr umfangreich für Diversifizierung: [LfL Deckungsbeiträge und Kalkulationsdaten](#)
- Entwicklungsbedarf:
 - IDB für Österreich ausbauen (derzeit nur 3 Personen beim BAB für Weiterentwicklung) wäre Quantensprung, da Daten für Diversifizierung stark fehlen
 - Problem: Unterschiedliche Daten, unterschiedliche Mehrwertsteuersätze bei deutschen Rechnern
- Best Practice-Beispiele mit Kennzahlen:
 - Wirtschaftliche Kennzahlen in Best Practice-Beispiele integrieren
 - Modellbetriebe statt reale Betriebsdaten (Datenschutz, ständige Änderungen)
 - „Mein Hof - Mein Weg“-Betriebe mit Kennzahlen hinterlegen (ursprüngliche Idee, aber Bereitschaft der Betriebe fehlt)

Themenbereich 3:

Best Practice und Wissenstransfer

Priorität HOCH!

M7: Exkursionsprogramm

Etablierung eines strukturierten Exkursionsprogramms zu Diversifizierungsbetrieben

Diskussionsergebnisse:

- Bestehende Infrastruktur:
 - „Mein Hof - Mein Weg“: 3/4 der Betriebe sind Exkursionsbetriebe, direkt über Plattform kontaktierbar
 - Exkursionsleitfaden für Gastgeber vorhanden auf „Mein Hof - Mein Weg“, Trainings für Betriebe wurden erfolgreich durchgeführt
 - Durchführung auf Landesebene
- Weiterentwicklung:
 - Impulsreisen statt Exkursionen (Begriff aus Innovationsforschung)
 - Kleines Handbuch
 - Nicht nur zuhören, sondern auch selbst tätig werden
 - Externe Partner:innen einbinden (Regionen, Wirtschaftskammer)
- Förderung:
 - Innovationsbus/Innovationsreise-Projekt wurde abgelehnt
 - Hoffnung auf neue Möglichkeiten in zukünftigen Förderperioden

M8: Best und Fail Practice-Beispiele

Aufbereitung von Erfolgs- und Misserfolgsbeispielen mit wirtschaftlichen Kennzahlen

Diskussionsergebnisse:

- Herausforderung Fehlerkultur:
 - Wichtig, aber schwierig
 - Offene Diskussion über Fehler schwierig in Österreich
 - Betriebe ungern bereit, öffentlich über Scheitern zu sprechen
 - Veranstaltung „Scheitern“ gab es bereits (Betriebe sprachen über gescheiterte Projekte)
- Lösungsansätze:
 - Anonymisierte Fallstudien/Steckbriefe entwickeln
 - Exemplarische Betriebe ohne Namensnennung
 - „Betrieb hat dieses Projekt umgesetzt, ist daran gescheitert, das kann man daraus lernen“
 - Lernprozesse fördern ohne Betriebe bloßzustellen
- Integration wirtschaftlicher Kennzahlen:
 - Wichtige Priorität für Entscheidungsgrundlagen
 - In Bildung und Beratung integrieren

Priorität HOCH!

M9: Betriebsnetzwerke und Peer-Learning

Strukturierte Austauschformate zwischen Betrieben etablieren

Diskussionsergebnisse:

- Sehr wichtiger Punkt mit großem Hebel
- Peer-Learning sehr wertvoll
- Betriebe wünschen sich Produktgruppentreffen
- Von Kolleginnen lernen durch Exkursionen

- Bestehende Formate:
 - Oberösterreich: Produktgruppentreffen. Landjugend: Austausch mit Gleichgesinnten, Vernetzung
 - Methodenkatalog, angelehnt an bestehende MethodenBAGS
- Erweiterung:
 - Nicht nur in eigener Blase bleiben. Marktorientierung mitdenken
 - Regionen einbinden

Themenbereich 4: Kooperationen und Netzwerke

Priorität HOCH!

M10: Regionale Diversifizierungsnetzwerke

Aufbau regionaler Netzwerke über die Landwirtschaft hinaus

Diskussionsergebnisse:

- Großer Favorit in der Diskussion
- Bestehende Strukturen nutzen:
 - LEADER-Regionen flächendeckend in Österreich
 - Aktionsfeld Landwirtschaft in jeder LEADER-Region
 - Klima- und Energieregionen (KEM)
 - Kulinarik-Netzwerke mit beträchtlichen Ressourcen
 - Bei bestehenden Netzwerken andocken statt neue Netzwerke schaffen
- Pilotprojekte: Teilweise bereits vorhanden, großes Potenzial durch Einbindung nicht-landwirtschaftlicher Akteur:innen
- Kooperationsaspekt: auch alternative Finanzierungsmodelle (Crowdfunding), Finanzielle Kooperationen

M11: Shared Service Modelle

Entwicklung von Shared Service
und Kooperationsmodellen

Diskussionsergebnisse:

- Wichtiges Thema: Kürzlich von Netzwerk Zukunftsraum Land aufgegriffen
- Bestehende Arbeiten:
 - Im Bereich Unternehmerkompetenz intensiv bearbeitet
 - Artikelserie zu Kooperationsmodellen in Vorbereitung (LK/LFI Ö)
 - Steckbriefe zu erfolgreichen Kooperationsmodellen in Entwicklung (LK/LFI Ö)
- Diversifizierungszweige sehr unterschiedlich, gemeinsame Lösungen für Administration, Vermarktung, Logistik etc. werden als schwierig eingestuft durch die Teilnehmenden

Priorität HOCH!

M12: Netzwerkbegleitung

Integration von Netzwerkbegleitung
in Beratungsangebote

Diskussionsergebnisse:

- Regionale Netzwerke aufbauen
- Netzwerkaufbau und Begleitung beim Netzwerkaufbau mit adressieren

Themenbereich 5: Rechtliche Rahmenbedingungen und Förderungen

Priorität HOCH!

M13: Niederschwellige Fördermodelle

Entwicklung niederschwellige,
angepasste Fördermodelle

Diskussionsergebnisse:

- Wichtig, Zugang zur Diversifizierungsförderung verbessern
- Prozessbegleitung fördern:
 - Betriebe sollen Prozessbegleitung fördern lassen können. Grundsätzlich bereits förderfähig in Beratungsförderung. Bei Energie, Urlaub am Bauernhof ist die Prozessbegleitung förderfähig
- Vereinfachte Antragstellung:
 - Für kleine Beträge (2.000-10.000 €) vereinfachte Formulare
 - Aufwand in DFP proportional zur Fördergröße anpassen
 - Weniger Hemmnis für kleinere Förderungen
- Neue Förderperiode:
 - Jetzt richtiger Zeitpunkt für Überlegungen
 - Pauschale Förderungen möglich (z.B. Niederlassungsprämie für Diversifizierung)
 - Abwägung: Absolute Gerechtigkeit vs. Vereinfachung
 - Nicht mehr Budget zu erwarten, Prioritäten setzen, nicht nur die Investitionsförderung für Diversifizierung, sondern auch Förderchecks oder Mikrokredite, zu überlegen.
- Best Practice:
 - FFG Impact Innovation Initiative: Fördert den Prozess zwischen Problem und Lösung. Budget seit März ausgeschöpft (hohe Nachfrage)

Priorität HOCH!

M14: Abstimmung Landwirtschaftskammer - Wirtschaftskammer

Bessere Koordination zwischen landwirtschaftlicher und wirtschaftsbezogener Förder- und Rechtsberatung

Diskussionsergebnisse:

- Hohe Priorität:
 - Sehr relevant, vor allem im Green Care-Bereich
 - Betriebe werden zwischen Kammern hin- und hergeschickt
 - Widersprüchliche Informationen von verschiedenen Stellen
 - Lehrkilometer könnten vermieden werden
- Rechtliche Herausforderungen:
 - Viele Betriebe im Graubereich unterwegs (z.B. Urlaub am Bauernhof)
 - Problematisch, Betriebe dauerhaft in Graubereichen zu lassen
 - Landwirtschaftskammer-Juristen: „Das macht die Wirtschaftskammer, wir dürfen nicht in Richtung Gewerbe beraten“
- Lösungsansätze:
 - Kompetente Person, die über beide Bereiche beraten kann
 - Gemeinsame Beratungen beider Kammern (LK, WK)
 - Best Practice-Modelle in einzelnen Bundesländern möglicherweise vorhanden
- Bewusstseinsarbeit:
 - Reflex „Gewerbe geht uns nichts an“ abbauen
 - Sinnvoll, so lange wie möglich in Landwirtschaft zu bleiben, aber: Diversifizierung geht oft über reine Landwirtschaft hinaus

Priorität HOCH!

M15: Rechts- und Förderorientierung

Praxisnahe Aufbereitung von Rechts- und Förderfragen

Diskussionsergebnisse:

- Sinnvoll, aber herausfordernd:
 - Finanzierungskompass auf „Mein Hof - Mein Weg“ wieder aktivieren
 - Fördermöglichkeiten über klassische Investitionsförderung hinaus
 - M14 und M15 hängen zusammen
- Hauptproblem Aktualität:
 - Ständige Aktualisierung notwendig
 - Bundesländerspezifika berücksichtigen (Raumordnung etc.)
- Schulungen für Berater:innen:
 - Formate für Berater:innen zu Landwirtschaft und Gewerbe
 - Praxisnahe Fallbesprechungen
 - Regelmäßige Schulungen zu Rechts- und Förderthemen. Kommt gut an, sollte verstärkt werden
- Bestehende Wissenssammlungen:
 - Einstieg ins Gewerbe, Neugründung in Landwirtschaft
 - Viel vorhanden (Bsp. LK OÖ), aber Vernetzung des Bestehenden wichtig
 - Auch intern oft durch Personalwechsel verloren

Themenbereich 6: Organisationsstrukturen

Priorität HOCH!

M16: One-Stop-Shop Diversifizierung

Zentrale Anlaufstelle für Betriebe
mit Diversifizierungsfragen

Diskussionsergebnisse:

- Zwei Ebenen unterscheiden:
 - Ebene 1: „Ich habe einen Hof geerbt, was soll ich tun?“ – Völlig offen, kein Plan
 - Ebene 2: „Ich weiß, ich mache z.B. Green Care – Spezifische Begleitung bis zum Abschluss
- Bestehende Strukturen:
 - Bezirksbauernkammern als erste Anlaufstelle für alle Fragen funktioniert meistens gut
 - Weiterleitung innerhalb des Systems funktioniert nicht optimal
- Bedarf:
 - „Kümmerin/Kümmerer“, die nicht alles wissen muss, aber gut vernetzt ist. Innerhalb und außerhalb der Landwirtschaft vernetzt. Kann richtig weiterleiten. Ähnlich Callcenter-Modell in Telekommunikation. Auch für Einsteiger mit „Nullplan“ geeignet
- Vergleich Wirtschaftskammer:
 - Bietet ähnliches Service für Gründerinnen
 - Landwirtschaftskammer kann das so nicht leisten (Ressourcen?)
- Lösungsansatz:
 - Auf Bundesebene Struktur etablieren
 - Auf Bezirksebene muss es bekannt sein, dass es das gibt
 - Kontaktaufnahme wird meist bei BBK erfolgen
 - Wichtig: Personen dort müssen Bescheid wissen und richtig weiterleiten können

Priorität HOCH!

M17: Fachliche Spezialisierung strategisch koordinieren

Bundesländerübergreifende Koordination
von Spezialkompetenzen

Diskussionsergebnisse:

- Wichtige Hausaufgabe:
 - Spezialberaterpool ausbauen (über z.B. Ik-projekt)
 - Wo sind welche Kompetenzen bundesländerübergreifend vorhanden und zugänglich machen
 - Ressourcen gemeinsam planen
- Kompetenzaufbau:
 - Wenn Lücken identifiziert werden, gemeinsam planen und umsetzen
 - Bundesländerübergreifende Aufgabenteilung
 - Spezialisierung in Nischen oder Bereichen nach Bundesland
- Nischenthemen:
 - Für Insektenzucht, Pilze etc. gibt es bereits bundesweite Expertenpools
 - Sollte auch für verschiedene Diversifizierungsformen genauer angeschaut werden

Priorität HOCH!

M18: Experten- und Angebotsverzeichnisse

Übersicht über Expertinnen und Angebote in der
Diversifizierung

Diskussionsergebnisse:

- Wichtig für interne Vernetzung und Sichtbarkeit
- Muss aktuell gehalten werden

Themenbereich 7: Kennzahlen und Daten

Priorität HOCH!

M19: Standardisierte Kennzahlmodelle entwickeln

Entwicklung standardisierter Kennzahlen für verschiedene Diversifizierungsbereiche

Diskussionsergebnisse:

- Sehr wichtig, Adressat eher BMLUK
- Herausforderung:
 - Noch nicht so viele Daten und Kennzahlen vorhanden
 - Große Variabilität in der Diversifizierung
- Lösungsansatz Internetdeckungsbeitrag (IDB):
 - In Bayern sehr umfangreich für Diversifizierung
 - Für Österreich ausbauen (derzeit nur 3 Personen beim BAB)
- Betriebsentwicklungskonzept:
 - Eigene Diversifizierungskalkulationen vorhanden
 - Betriebsentwicklungsanpassungen in neuer Förderperiode möglich
 - Bei bestehenden Instrumenten ansetzen, nicht neu erfinden

Priorität HOCH!

M20: Praxisnahe Betriebsprofile aufbauen

Entwicklung von Modellbetrieben mit wirtschaftlichen Kennzahlen

Diskussionsergebnisse:

Best Practice-Beispiele mit Kennzahlen:

- Wirtschaftliche Kennzahlen in Best Practice-Beispiele integrieren
- Modellbetriebe statt reale Betriebsdaten (Datenschutz, ständige Änderungen)
- „Mein Hof - Mein Weg“-Betriebe mit Kennzahlen hinterlegen (ursprüngliche Idee, aber Bereitschaft der Betriebe fehlt oft)
- Hochschule bearbeitet Projekt mit 40 buchführenden Betrieben
- Betriebsauswertung in Direktvermarktung, Urlaub am Bauernhof, Buschenschank
- M4, M19, M20 und M21 hängen zusammen

M21: Datenkompetenz in Bildung und Beratung integrieren

Stärkung der Datenkompetenz bei Berater:innen und in den Bildungsformaten

Diskussionsergebnisse:

- Grundlage schaffen:
 - Ohne Datengrundlage schwierig, Datenkompetenz zu vermitteln
 - Erst Kennzahlen entwickeln (M19), dann in Bildung integrieren

Priorität HOCH!

Marketing & Kommunikation

Abseits der 21 Maßnahmen wurde am Ende die **Sensibilisierung und die Bewusstseinsbildung** für das Thema Diversifizierung noch angesprochen. Es fehlt in den Maßnahmen, ist aber prioritär. Wie schaffen wir Bewusstsein bei Bäuerinnen und Bauern, dass Diversifizierung ein Thema sein kann?

- Sichtbarkeit bestehender Angebote:
 - Viele Angebote bereits vorhanden, aber nicht bekannt
 - Auch intern durch Personalwechsel oft verloren
 - „Mein Hof - Mein Weg“ nach fast 10 Jahren immer noch nicht bei der Mehrheit der Betriebe bekannt
- Öffentlichkeitsarbeit und Sensibilisierung:
 - Eigenes Arbeitspaket im Projekt „Bildungsinitiative Diversifizierung“. Konzept für Marketing- und Bewusstseinskampagne bis Oktober 2026.
 - Sinnvoll wäre eine Kampagne für Diversifizierung gemeinsam mit BMLUK, und zwar nicht nur Richtung Zielgruppe Landwirt:innen, sondern auch intern und mit den wesentlichsten Branchen außerhalb der Landwirtschaft, die für die Generierung der Wertschöpfung auf den Höfen und in den Regionen unerlässlich sind.

Übergreifende Erkenntnisse

- **Bestehende Strukturen nutzen:** Keine Parallelstrukturen aufbauen, sondern vorhandene Netzwerke, Tools und Angebote besser vernetzen und sichtbar machen
- **Prozessbegleitung:** Flächendeckend zugänglich machen, Kostenstruktur evaluieren, ergebnisoffen arbeiten

- **Datengrundlagen:** Internetdeckungsbeitrag-Rechner für Österreich, Modellbetriebe mit Kennzahlen entwickeln
- **Externe Vernetzung:** Wirtschaftskammer, LEADER-Regionen, Branchen außerhalb der Landwirtschaft, Schulen, Förderstellen systematisch einbinden
- **Peer-Learning:** Methodenkatalog entwickeln, Exkursionsprogramme ausbauen, Produktgruppentreffen etablieren
- **Sensibilisierung:** Marketing- und Bewusstseinskampagne für Diversifizierung (intern und extern)

Prioritäre Handlungsfelder

- Bestehende Bildungs- und Beratungsangebote besser sichtbar machen und vernetzen
- Prozessbegleitung flächendeckend etablieren
- Methodenkatalog für Peer-Learning entwickeln
- Konzept für Sensibilisierungskampagne erstellen und umsetzen
- Diversifizierung systematisch in Curricula verankern
- Internetdeckungsbeitrag-Rechner für Österreich entwickeln
- Modellbetriebe mit wirtschaftlichen Kennzahlen entwickeln
- Bundesländerübergreifenden Spezialberater:innenpool aufbauen
- One-Stop-Shop-Struktur etablieren
- Niederschwellige Fördermodelle in neuer GAP-Periode implementieren
- Regionale Diversifizierungsnetzwerke flächendeckend aufbauen

Ergebnisse Workshop 4

Ableitung von Maßnahmen entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes (Teil 1)

Dienstag, 5. Mai 2026, Online. Expertinnen und Experten mit hoher Expertise im Bereich Diversifizierung.

Ergebnisse

Gemeinsames Verständnis, Ziel des Workshops

Im Rahmen des dritten von insgesamt sechs Workshops wurden die Teilnehmer:innen begrüßt. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde wurde das Ziel des Workshops kommuniziert: die gemeinsame Priorisierung und Schärfung der wichtigsten Maßnahmen für Bildungs- und Beratungsangebote im Bereich der Diversifizierung mit Fokus auf Wirkung und Umsetzbarkeit. Anschließend wurde der Status quo des Projekts kurz dargestellt, damit alle Teilnehmenden über denselben Wissensstand verfügen. Bevor der aktive Teil des Workshops startete, wurden die Ergebnisse der ersten Workshops sowie die Herleitung der Prioritäten für den aktuellen Workshop präsentiert.

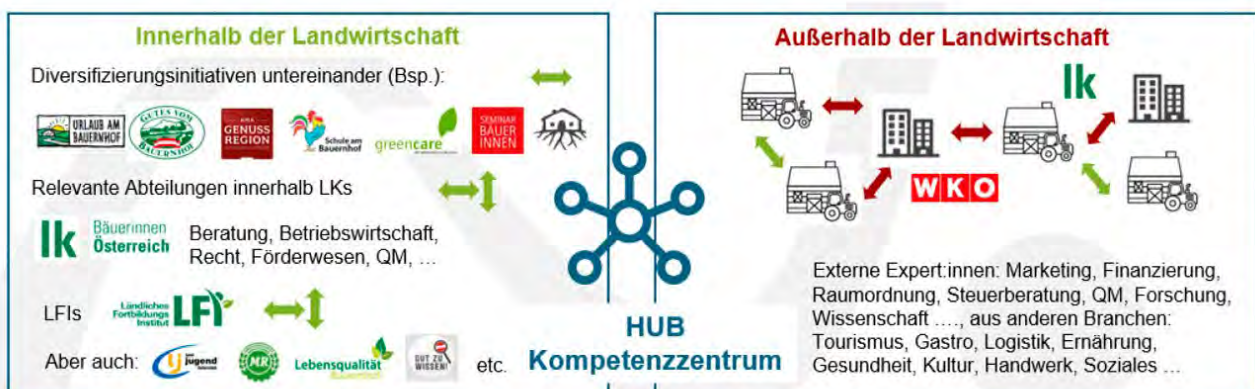
Von besonderer Bedeutung ist die gemeinsame Vision bzw. das Zielbild der Diversifizierung in der Landwirtschaft. Zentral ist dabei die Frage, wie Diversifizierung in der Landwirtschaft Wertschöpfung am Betrieb und in der Region generieren kann. Das Zielbild ist insofern wichtig, als dadurch unterschiedliche Sichtweisen künftig zusammengeführt werden können: „Diversifizierung wird künftig überhaupt erst die Urproduktion ermöglichen.“ (CH) versus „Bevor man zusperrt, diversifiziert man halt.“ (D). Im Rahmen dieses Zielbildes sollten auch Wissenschaft und Forschung eine aktive Rolle einnehmen.

Zielbild:

Anhand der Top-10-Bedarfe und Top-15-Handlungsempfehlungen wurde in weiterer Folge entlang der Wertschöpfungslogik eines Betriebes diskutiert, mit dem Ziel, konkrete Maßnahmen mit Umsetzungsrelevanz für Bildung und Beratung aufzuzeigen.

Wertschöpfungslogik:

1. Orientierung und Geschäftsmodellentwicklung (*Geschäftsmodell und Markt*)
2. Umsetzungskompetenz und Unternehmertum (*Unternehmertum und Kompetenzen*)
3. Operative Umsetzung und Ressourcen (*Umsetzung und Betrieb*)
4. Marktzugang und Kooperation (*Vermarktung und Netzwerke*)
5. Systemische Ermöglichung (*Begleitung und Systemzugang*)



Workshop 4 behandelte die Abschnitte 1 bis 3, der Online-Workshop 5 die Abschnitte 4 und 5 (11. Juni 2026). Jeder Abschnitt wurde rund 20 Minuten lang diskutiert und moderiert. Nachfolgend sind die wesentlichen Ergebnisse der drei Abschnitte zusammengefasst.

Im Rahmen der Diskussion wurde deutlich, dass Diversifizierung in landwirtschaftlichen Betrieben zunehmend an Bedeutung gewinnt, gleichzeitig jedoch zahlreiche strukturelle, organisatorische und kompetenzbezogene Hürden bestehen. Besonders hervorgehoben wurden fehlende Kompetenzen in der Geschäftsmodellentwicklung, komplexe rechtliche Rahmenbedingungen, mangelnde Vernetzung sowie unzureichende Daten- und Beratungsstrukturen.

Zentrale Problemfelder sind:

- **fehlende unternehmerische und betriebswirtschaftliche Kompetenzen** bei Landwirt:innen, teilweise auch bei Berater:innen
- **fehlende Prozess- und Projektmanagementkompetenzen** bei Berater:innen aber auch bei Landwirt:innen
- **unübersichtliche rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen**
- **mangelnde Vernetzung** zwischen Beratung, Bildung und Praxis
- **geringe Verfügbarkeit wirtschaftlicher Kennzahlen** und Arbeitszeitdaten
- **fehlende niederschwellige Angebote** für kleine Betriebe
- **hoher bürokratischer Aufwand bei Förderungen**
- **fehlende Strukturen für Vertretungs- und Ausfallmanagement**

Darüber hinaus wurde mehrfach betont, dass Diversifizierung häufig **zu individualistisch** gedacht wird. Erfolgreiche Betriebe arbeiten verstärkt mit Netzwerken, Kooperationen und gemeinschaftlichen Strukturen.

Fehlende Kompetenzen im Bereich Unternehmertum

Mehrfach wurde darauf hingewiesen, dass sowohl bei Landwirt:innen als auch bei Berater:innen und Lehrkräften Defizite im Bereich Unternehmensführung bestehen.

Besonders genannt wurden:

- fehlende Kompetenzen in der Geschäftsmodellentwicklung
- mangelndes wirtschaftliches Verständnis
- geringe Kenntnisse im Bereich Businessplan und Projektmanagement
- fehlende strategische Planung vor der Umsetzung neuer Projekte
- unzureichende Kenntnisse über Vermarktung und Zielgruppen

Der **Businessplan** wurde als grundlegendes Werkzeug für eine erfolgreiche Diversifizierung beschrieben. Viele Betriebe starten Projekte jedoch zu früh, ohne dass wirtschaftliche Tragfähigkeit, Zielsetzungen oder Umsetzungsschritte ausreichend durchdacht sind. Diversifizierungsprojekte werden häufig rein operativ betrachtet, ohne sie zuvor ausreichend wirtschaftlich, organisatorisch und personell vorzubereiten.

Empfohlen wurde daher eine **stärkere Integration von Diversifizierungs- und Geschäftsmodellkompetenzen in das Bildungs- und Beratungssystem**, insbesondere in landwirtschaftlichen Fachschulen sowie in der Aus- und Fortbildung von Berater:innen

*„Ich glaube, es fehlt einerseits an Kompetenzen bei den Betrieben, aber auch bei den Berater:innen. Was ist ein Geschäftsmodell? Das, womit man Geld verdient. Da fehlen die Kompetenzen.“
(Teilnehmende Person, Workshop 4)*

Fehlende Prozessbegleitung und niederschwellige Unterstützung

Es wurde betont, dass Betriebe nicht nur Fachinformationen benötigen, sondern umfassende Prozessbegleitung von der Idee bis zur Umsetzung.

Insbesondere kleine Betriebe stehen vor der Herausforderung, dass:

- Diversifizierung oft zu komplex wirkt,
- zeitliche Ressourcen fehlen,
- Förder- und Rechtsstrukturen schwer verständlich sind,
- betriebliche Entscheidungen nicht ausreichend begleitet werden.

Als wichtige Ansätze wurden genannt:

- Coachingformate
- Prozessberatung
- niederschwellige Begleitung bei Diversifizierungsprojekten
- Unterstützung bei Zielformulierung und Entscheidungsfindung
- stärkere Integration von Projektmanagement in Beratungsprozesse

Diversifizierung soll verständlich und praxisnah vermittelt werden, insbesondere: Was bedeutet Diversifizierung?; Wie entwickelt man Ziele?; Wie entsteht ein Geschäftsmodell? oder Wie wird ein Projekt umgesetzt?

Schwache Vernetzung zwischen Bildung, Beratung und Fachbereichen

Die bestehenden **Bildungs- und Beratungsstrukturen arbeiten vielfach nebeneinander** statt miteinander. Dadurch entstehen oft Doppelstrukturen und Wissensverluste.

Genannt wurden insbesondere:

- mangelnder Austausch zwischen den Bundesländern
- fehlende Abstimmung zwischen Landwirtschaftskammern und LFI

- geringe Vernetzung zwischen Diversifizierungs-, Innovations- und Fachberater:innen
- fehlende gemeinsame Wissensplattformen

Schwierige rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen

Innovative Betriebe sehen sich häufig mit komplexen rechtlichen Rahmenbedingungen konfrontiert. Als besondere Herausforderung wurden insbesondere die **Raumordnung** sowie die Abgrenzung zwischen landwirtschaftlichen und gewerblichen Tätigkeiten genannt. Zusätzlich wurde angemerkt, dass die **Zuständigkeiten im Bereich der Diversifizierung häufig fragmentiert** sind, wodurch es für Betriebe schwierig ist, die richtigen Ansprechpersonen zu identifizieren.

Fehlende Daten und Kennzahlen

Für viele Diversifizierungsbereiche fehlen belastbare **wirtschaftliche Kennzahlen** sowie **Daten zum Arbeitszeitaufwand**. Dadurch mangelt es sowohl Betrieben als auch Berater:innen an wichtigen Entscheidungsgrundlagen. Die Bundesanstalt für Agrarwirtschaft entwickelt gerade ein Tool für betriebszweckbezogene Arbeitszeitauswertung

Dies betrifft insbesondere:

- Arbeitszeitaufwand
- Wirtschaftlichkeit einzelner Betriebszweige
- Vergleichsdaten
- Arbeitsorganisation
- betriebswirtschaftliche Kennzahlen

„In Oberösterreich haben wir Produktgruppentreffen. Das heißt, wir haben Branchenverantwortliche, die für die Branche verantwortlich sind. Für die Diversifizierung haben wir keine wirtschaftlich belastbaren Zahlen, die fehlen. Es ist der Zugang aus den Produktgruppentreffen, mehr Zahlen auch für die Beratung zu bekommen.“

(Teilnehmende Person, Workshop 4)

Arbeitsorganisation und Ausfallmanagement

Das Thema Ausfall- und Vertretungsmanagement wurde als **stark unterschätzt** beschrieben. Die Bewusstseinsbildung in der Ausbildung zu diesem Thema sollte stärker forciert werden. „Was ist, wenn mir etwas passiert?“ Der Maschinenring allein reicht nicht aus. Gleichzeitig wurde hervorgehoben, dass erfolgreiche Betriebe häufig über starke inner- und außerfamiliäre Netzwerke verfügen.

Viele Betriebe verfügen über keine ausreichenden Strukturen für:

- Krankheitsfälle
- kurzfristige Ausfälle
- Urlaubsvertretungen
- Dokumentation betrieblicher Abläufe

„Arbeitsorganisation und Ausfallmanagement sind insbesondere in der Diversifizierung, in der Direktvermarktung und im Tourismus ein vernachlässigter Bereich. Ich glaube, das machen wir noch viel zu wenig. Es ist eine wesentliche Geschichte, sich im Vorfeld Gedanken zu machen: Was ist, wenn mir etwas passiert? Da wäre auf alle Fälle mehr Bewusstseinsbildung in Form von Bildung und Beratung erforderlich.“
(Teilnehmende Person, Workshop 4)

Zentrale Erkenntnisse aus der Diskussion

Diversifizierung braucht unternehmerische Kompetenzen

Diversifizierung erfordert nicht nur fachliches Wissen, sondern vor allem unternehmerisches Denken.

Businessplan, Projektmanagement und wirtschaftliche Planung wurden als zentrale Grundlagen erfolgreicher Diversifizierung beschrieben.

„Ich glaube, dass der Businessplan ein Werkzeug ist, das man braucht, um ein Geschäftsmodell durchzuarbeiten, bevor man in die Umsetzung geht. Im Agrarbereich starten wir viel zu schnell. ‚Ein KFZ-Mechaniker kann ohne Schlüssel nicht zum Arbeiten anfangen‘ – so ist es auch für den/die Landwirt:in: Der Businessplan ist dieses Werkzeug. Wir müssen Lehrer:innen und Berater:innen auch mit entsprechenden Werkzeugen ausstatten und hier nachschulen.“

(Teilnehmende Person, Workshop 4)

Erfolgreiche Diversifizierung braucht Netzwerke

Erfolgreiche Betriebe arbeiten selten isoliert. **Kooperationen, Austauschformate und gemeinschaftliche Strukturen** wurden als zentrale Erfolgsfaktoren identifiziert. Die Diskussion machte deutlich, dass Diversifizierung langfristig stärker kooperativ gedacht werden muss.

Besonders hervorgehoben wurden:

- gegenseitige Unterstützung
- regionale Netzwerke
- gemeinschaftliche Vermarktung
- gemeinschaftliche Vertretungsmodelle

Praxisnahe Lernformate wirken stärker als theoretische Angebote

Exkursionen, Praxisbeispiele und Austauschformate wurden als besonders wirksam beschrieben. Rein theoretisch ausgerichtete Bildungsangebote erreichen Betriebe deutlich schlechter.

Große Bedeutung haben:

- **Exkursionen zu erfolgreichen Betrieben, sogenannte „Impulsreisen“**
- Peer-Learning
- Learning-by-doing
- praxisnahe Weiterbildungsformate

Best Practice und Fail Practice

Neben erfolgreichen Beispielen sollten auch **gescheiterte Projekte** stärker sichtbar gemacht werden.

Wichtige Inhalte solcher Beispiele:

- wirtschaftliche Kennzahlen
- Arbeitszeitaufwand
- Entscheidungsprozesse
- Risiken und Fehlerquellen
- Erfolgsfaktoren

Kleine Betriebe brauchen einfache und niederschwellige Zugänge

Mehrfach wurde betont, dass **Diversifizierung für kleinere Betriebe häufig zu komplex** organisiert ist.

Erforderlich sind daher:

- einfache Beratungsangebote
- verständliche Prozessbegleitung
- reduzierte Bürokratie
- kleinere, einfachere Fördermöglichkeiten
- praxisnahe Unterstützung direkt am Betrieb

Vermarktung muss breiter gedacht werden

Digitale Kommunikation bleibt wichtig, jedoch wurde ein zu starker Fokus auf Social Media kritisch gesehen. Social Media ist für viele Betriebe zu schnelllebig, analoge Formate funktionieren vielfach besser. **Vermarktungskompetenz insgesamt ist wichtiger als reine Digitalkompetenz.** Storytelling sollte daher kanalübergreifend gedacht werden.

Vielmehr braucht es:

- ganzheitliche Vermarktungskompetenzen
- regionale Kommunikationsstrategien
- analoge und digitale Methoden (Gemeindezeitungen, Postkarten, Postwurfsendungen)
- persönliche Kundenbindung
- zielgruppenspezifisches Storytelling
- laufende Markt- und Trendbeobachtung

„Social Media, Storytelling ist wichtig. Doch meine Erfahrungen mit anderen Betrieben und auch meine eigene Erfahrung als Direktvermarkter zeigen, dass der Trend schon wieder woanders hingeht. Social Media ist zu kurzlebig. Da kommen die Betriebe nicht mit. Es bringt ja nichts, wenn ich zigtausende Follower habe, wenn die aber irgendwo sind. Natürlich sind Social-Media-Schulungen wichtig, aber ein Inserat in einer Gemeindezeitung oder eine Postkarte zu verschicken ist momentan schon wieder besser.“
(Teilnehmende Person, Workshop 4)

Maßnahmen

In weiterer Folge wurden Maßnahmen formuliert, die im Sinne des Projekts „Bildungsinitiative Diversifizierung“ als Projektoutput und damit als Grundlage (Input) für die Umsetzung unterschiedlicher Formate dienen sollen. Die Umsetzung selbst ist nicht Teil des gegenständlichen Antrags, sondern soll ab November 2026 im Rahmen des Projekts „Bildungsinitiative Diversifizierung 2.0“ erfolgen. Die Maßnahmen sollen in Kooperation mit den Landwirtschaftskammern, den Ländlichen Fortbildungsinstituten, bestehenden Diversifizierungsangeboten (Gutes vom Bauernhof, Urlaub am Bauernhof, Schule am Bauernhof, Green Care, Seminarbäuerinnen, ...), den Innovationsberater:innen, dem BMLUK sowie Institutionen wie der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, der Wirtschaftskammer, den landwirtschaftlichen Schulen und weiteren externen Expert:innen umgesetzt werden.

Bildung und Beratung

- Stärkere Vernetzung von Diversifizierungs- und Innovationsberater:innen
- Verbesserte Verschränkung von Bildungs- und Beratungspersonen in den Kammern und LFIs
- Vernetzung von Branchenverantwortlichen auf Bundesebene innerhalb und außerhalb der Landwirtschaftskammern
- Ausbau von Coaching- und Prozessbegleitung im Bereich Diversifizierung
- Qualifizierung von Berater:innen und Lehrkräften in den Bereichen Geschäftsmodellentwicklung und Projektmanagement
- Integration von Diversifizierung als Querschnittsthema in bestehende Bildungsangebote
- Einrichtung zentraler Ansprechpersonen auf Bundesebene für einzelne Diversifizierungsthemen
- Gezielte Spezialisierung einzelner Bundesländer auf ausgewählte Fachthemen der Diversifizierung
- Regelmäßiger Austausch mit Jurist:innen und Fachspezialist:innen zur rechtlichen und fachlichen Absicherung

- Stärkere Qualifizierung von Landwirt:innen im Bereich Geschäftsmodellentwicklung, insbesondere hinsichtlich der Frage „Was, wie und womit wird Geld verdient?“
- Integration von Geschäftsmodellkompetenzen in die Lehrpläne landwirtschaftlicher Schulen
- Prüfung des „Schweizer Ansatzes“ (Lehrkräfte als Berater:innen) für Österreich im Bereich Diversifizierung, einschließlich einer engen Verzahnung von Lehre und Beratung in der Ausbildung
- Ausbau der Prozessberatung in der Diversifizierung entlang des gesamten Prozesses – von der Idee bis zur Umsetzung – inklusive spezifischer Weiterbildungsangebote für Diversifizierungsberater:innen
- Durchführung von Multiplikatoren-Webinaren zum Thema Diversifizierung im Sinne eines Train-the-Trainer-Ansatzes inklusive Informationsmaterialien zu Diversifizierung und Weiterbildungsangeboten, insbesondere wichtig für Quereinsteiger:innen und weichende Erb:innen

Unternehmerkompetenz und Geschäftsmodellentwicklung

- Stärkung von Businessplan-Kompetenzen als zentrales Planungs- und Entscheidungsinstrument
- Aufbau und Vertiefung von Projektmanagement-Kompetenzen in Betrieben sowie bei Berater:innen und Lehrkräften
- Stärkere Verankerung von Zieldefinitionen und strukturierter Umsetzungsplanung in Betriebs- und Beratungsprozessen
- Etablierung des Businessplans als zentrales Werkzeug der Betriebsentwicklung
- Konsequente Förderung eines vollständigen Durchdenkens von Projekten vor deren Umsetzung bei den Betrieben und bei den Berater:innen

Best Practice und Wissenstransfer

- Ausbau von Exkursionen zu erfolgreichen Betrieben als zentrales Lernformat („Impulsreisen“) für Landwirt:innen sowie Branchenvertreter:innen außerhalb der Landwirtschaft
- Stärkere Ausrichtung von Bildungsangeboten auf praxisorientierte Formate
- Entwicklung und Bereitstellung von Betriebsprofilen mit belastbaren wirtschaftlichen Kennzahlen
- Aufbau von Formaten zur Vermittlung von Trends als Grundlage für Geschäftsmodellentwicklungen und als Inspirationsquelle entlang gesellschaftlicher und konsumbezogener Entwicklungen
- Förderung von Austauschformaten zwischen Betrieben zur Stärkung des Peer-to-Peer-Lernens
- Aufbau bzw. Weiterentwicklung bundesweiter Wissensplattformen zur systematischen Bündelung von Diversifizierungswissen
- Integration von Best-Practice- und Fail-Practice-Beispielen in Bildungs- und Beratungsangebote
- Ergänzung dieser Beispiele um betriebswirtschaftliche Kennzahlen und Vergleichsdaten
- Erweiterung bestehender Betriebsdarstellungen um standardisierte Kennzahlenraster zur besseren Vergleichbarkeit („Mein Hof - Mein Weg“)
- Stärkere Nutzung in der Beratung von Fail-Practice-Beispielen zur Unterstützung innerfamiliärer Entscheidungsprozesse

Kooperation und Netzwerke

- Aufbau und Stärkung regionaler Netzwerke zur Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen Betrieben
- Entwicklung gemeinschaftlicher Vertretungsmodelle zur Sicherung der Arbeitsfähigkeit landwirtschaftlicher Betriebe
- Förderung von Kooperationen zwischen Betrieben, insbesondere in den Bereichen Produktion, Vermarktung und Organisation
- Ausbau von Shared-Service-Strukturen zur gemeinsamen Nutzung von Ressourcen und Dienstleistungen
- Entwicklung und Anwendung co-kreativer Beratungsansätze zur gemeinsamen Lösungsentwicklung mit Betrieben
- Etablierung von Netzwerkbegleitung sowie Unterstützung bei der Identifikation geeigneter Netzwerke für Betriebe im Rahmen der Beratung
- Förderung der Bereitschaft, Aufgaben abzugeben und Kooperation als Voraussetzung betrieblicher Arbeitsfähigkeit zu verstehen („nicht alles selbst machen“)
- Ausbau von Learning-by-doing-Formaten durch strukturierten Austausch mit erfahrenen Betrieben, auch außerhalb der Landwirtschaft
- Entwicklung geeigneter Formate zur Gewinnung und langfristigen Bindung von Stakeholdern in Netzwerken

Rechtliche Rahmenbedingungen und Förderungen

- Verbesserung der Orientierung für Betriebe im Bereich rechtlicher und fördertechnischer Rahmenbedingungen
- Etablierung eines regelmäßigen Austauschs mit Jurist:innen zur rechtlichen Absicherung von Diversifizierungsprojekten
- Reduktion bürokratischer Hürden im Zusammenhang mit Diversifizierungsvorhaben
- Verbesserung der Abstimmung zwischen Landwirtschafts- und Wirtschaftskammer im Bereich der Beratungsangebote
- Senkung der Mindestfördersummen unter EUR 15.000, insbesondere zur besseren Berücksichtigung kleiner Betriebe sowie zur Förderung von Frauen
- Vereinfachung von Förderanträgen und Fördermasken zur Reduktion administrativer Komplexität
- Orientierung an vereinfachten Fördersystemen außerhalb der Landwirtschaft zur Verringerung bürokratischer Hürden, Nutzung bestehender Best-Practice-Fördermodelle (z. B. aws „Sustainable Food Systems“) als Referenz für eine vereinfachte Abwicklung
- Anpassung des Verwaltungsaufwands an die jeweilige Fördersumme im Sinne eines proportionalen Bürokratieaufwands
- Ausbau von Fördermöglichkeiten für kleinere Investitionen (z. B. Website, Folder, Etiketten)
- Einführung einer „Kleinerzeugerregelung für Diversifizierung“ in Anlehnung an die GAP-Logik
- Ausbau der Fördermöglichkeiten für Coaching- und Prozessbegleitung

Organisationsstrukturen

- Einrichtung zentraler Ansprechpersonen auf Bundesebene für einzelne Diversifizierungsthemen
- Aufbau einer zentralen Anlaufstelle für Diversifizierung („Vernetzungsknoten“, „Sammelstelle“ bzw. „Hotline“) zur verbesserten Orientierung für Betriebe und Berater:innen
- Gezielte Verteilung fachlicher Schwerpunkte auf die Bundesländer zur Spezialisierung einzelner Diversifizierungsthemen sowie deren Öffnung für alle Bundesländer zur effizienten Wissensnutzung
- Vermeidung von Doppelstrukturen durch klare Zuständigkeits- und Kompetenzverteilungen zwischen Bundes- und Länderebene

Daten und Kennzahlen

- Systematische Erfassung und Aufbereitung von Arbeitszeitdaten in diversifizierten Betriebszweigen
- Entwicklung und Bereitstellung wirtschaftlicher Kennzahlen zur Bewertung von Diversifizierungsaktivitäten als Grundlage für Planung, Beratung und Bildung
- Entwicklung praxisnaher Auswertungsinstrumente zur verbesserten Entscheidungsfindung bei den Betrieben

Fazit

Die Diskussion zeigte deutlich, dass **Diversifizierung weit über einzelne Bildungsangebote hinausgeht**. Erfolgreiche Diversifizierung erfordert unternehmerische Kompetenzen, funktionierende Netzwerke („mehr voneinander wissen, voneinander lernen“), professionelle Prozessbegleitung sowie bessere organisatorische und rechtliche Rahmenbedingungen.

Ebenso wichtig sind einfachere Fördermaßnahmen, die den Einstieg in die Diversifizierung erleichtern, sowie Maßnahmen zur Risikominimierung durch geeignete Arbeitsorganisation und Ausfallmanagement. Besonders hervorgehoben wurden die Bedeutung praxisnaher Lernformate (z. B. Exkursionen und sogenannte Impulsreisen), die Notwendigkeit stärkerer Kooperationen sowie der Bedarf an klaren Zuständigkeiten, niederschweligen Unterstützungsangeboten und einer besseren Wahrnehmung und Kommunikation von Trends.

Die vorgeschlagenen Maßnahmen zielen darauf ab, Bildung, Beratung, Wissenstransfer und organisatorische Rahmenbedingungen stärker miteinander zu verknüpfen und Betriebe bei Diversifizierungsprozessen langfristig professionell zu begleiten. Gleichzeitig wurde betont, dass Spezialisierung und Zentralisierung sinnvoll sein können: Nicht jede bzw. jeder muss alles anbieten („Tiefe statt Breite“). Gleichzeitig braucht es eine zentrale „Sammelstelle“ als Verteiler- und Vernetzungsknoten.

Ergebnisse Workshop 5

Ableitung von Maßnahmen entlang der Wertschöpfungslogik eines landwirtschaftlichen Betriebes (Teil 2) sowie Diskussion zum Aufbau eines Kompetenzzentrums Diversifizierung

Donnerstag, 11. Mai 2026, Online. Expertinnen und Experten mit hoher Expertise im Bereich Diversifizierung.

Ergebnisse

Gemeinsames Verständnis, Ziel des Workshops

Im Rahmen des fünften von insgesamt sechs Workshops wurden die Teilnehmer:innen begrüßt. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde wurde das Ziel des Workshops kommuniziert: die gemeinsame Priorisierung und Schärfung der wichtigsten Maßnahmen für Bildungs- und Beratungsangebote im Bereich der Diversifizierung mit Fokus auf Wirkung und Umsetzbarkeit. Anschließend wurden die Ergebnisse der ersten Workshops sowie die Herleitung der Prioritäten für den aktuellen Workshop präsentiert.

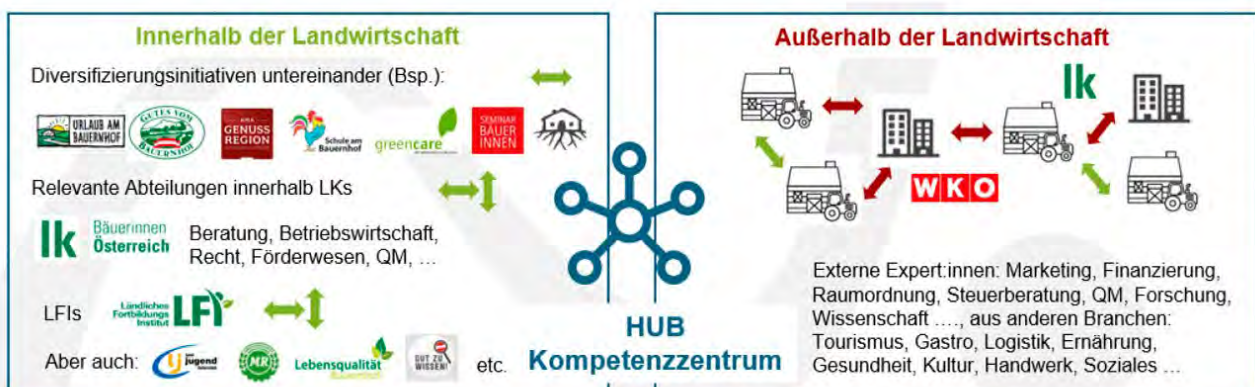
Anhand der Top-10-Bedarfe und Top-15-Handlungsempfehlungen wurde in weiterer Folge entlang der Wertschöpfungslogik eines Betriebes diskutiert, mit dem Ziel, konkrete Maßnahmen mit Umsetzungsrelevanz für Bildung und Beratung aufzuzeigen.

Fünf Abschnitte der Wertschöpfungslogik:

1. Orientierung und Geschäftsmodellentwicklung (*Geschäftsmodell und Markt*)
2. Umsetzungskompetenz und Unternehmertum (*Unternehmertum und Kompetenzen*)
3. Operative Umsetzung und Ressourcen (*Umsetzung und Betrieb*)
4. Marktzugang und Kooperation (*Vermarktung und Netzwerke*)
5. Systemische Ermöglichung (*Begleitung und Systemzugang*)

Workshop 4, der am 5. Mai 2026 stattgefunden hat, behandelte bereits die Abschnitte 1 bis 3 der Wertschöpfungslogik. Workshop 5 fokussierte auf die Abschnitte 4 „Marktzugang und Kooperation“ sowie 5 „Systemische Ermöglichung“. Da Diversifizierung eng mit der Wertschöpfung am Betrieb und in der Region verbunden ist, wurde in diesem Zusammenhang auch die Idee eines Vernetzungsknotens bzw. Hubs diskutiert.

Nachfolgend sind die wesentlichen Ergebnisse der Diskussionen zu den Abschnitten „Marktzugang und Kooperation“ sowie „Systemische Ermöglichung“ zusammengefasst.



Bereits zu Beginn der Diskussion wurde darauf hingewiesen, dass **Diversifizierung stärker vom Markt** und von den **Bedürfnissen der Kund:innen** her gedacht werden sollte. Mehrfach wurde angemerkt, dass neue Betriebszweige häufig von den vorhandenen Ressourcen am Betrieb aus entwickelt werden, während Marktchancen und Nachfragepotenziale oftmals erst nachgelagert betrachtet werden.

In diesem Zusammenhang wurde die **Bedeutung externen Know-hows** hervorgehoben. Für die Entwicklung erfolgreicher Diversifizierungsprojekte braucht es verstärkt Impulse und Fachwissen von außen, beispielsweise aus den Bereichen Marketing, Tourismus, Regionalentwicklung, Unternehmensentwicklung und Vermarktung.

Darüber hinaus wurde angeregt, das Thema **Diversifizierung deutlich früher in Hofnachfolge- und Betriebsentwicklungsprozessen zu integrieren**. Insbesondere junge Betriebsführer:innen und Hofnachfolger:innen bringen oftmals neue Ideen, Interessen und Perspektiven ein. Diversifizierung sollte daher bereits im Zuge von Hofübergaben und Zukunftsplanungen systematisch mitgedacht werden.

Mehrfach wurde außerdem die Bedeutung des gegenseitigen Lernens hervorgehoben. Erfolgreiche Diversifizierung entsteht häufig durch den Austausch von Erfahrungen, Ideen und Lösungsansätzen. Das **Lernen voneinander und miteinander** wurde daher als wichtiger Erfolgsfaktor für die Weiterentwicklung landwirtschaftlicher Betriebe beschrieben.

Marktzugang und Kooperation (Vermarktung und Netzwerke)

Austauschformate und Netzwerke als zentrale Erfolgsfaktoren

Im Rahmen der Diskussion wurde deutlich, dass erfolgreiche Diversifizierung selten isoliert erfolgt. Kooperationen, Austauschformate und Netzwerke wurden als wesentliche Voraussetzungen für die Entwicklung und Umsetzung neuer Betriebszweige

beschrieben. Besonders hervorgehoben wurden **bestehende Erfahrungen mit produktspezifischen Vernetzungsformaten**, beispielsweise im Bereich Pilzproduktion und Marktgärtnerei. Diese Formate ermöglichen einen niederschweligen Erfahrungsaustausch zwischen Betrieben und tragen dazu bei, gemeinsame Lösungen für betriebliche Herausforderungen zu entwickeln.

Die Teilnehmenden bewerteten insbesondere **produktspezifische bzw. dienstleistungsspezifische Austauschformate** zur Entwicklung neuer Betriebszweige als eine der wichtigsten Maßnahmen innerhalb des Themenfeldes Marktzugang und Kooperation, die aktuell in der Bildung auf Bundesländerebene umgesetzt werden (66% Förderung). Mehrfach wurde betont, dass solche Formate nicht ohne professionelle Begleitung funktionieren. Es braucht Personen, die Organisation, Moderation und Koordination übernehmen und als „**Kümmerer:innen**“ fungieren. Die Beratung wurde dabei als wichtige Trägerin solcher Prozesse gesehen, allerdings fehlen vielfach die personellen Ressourcen und Zeitkapazitäten für die Begleitung.

Im Zuge der Diskussion wurde auf die wichtige Unterscheidung zwischen klassischen Arbeitskreisen und produktspezifischen Austauschformaten hingewiesen. Während Arbeitskreise häufig an formale Vorgaben und Förderbedingungen gebunden sind, gelten **Produktgruppen-Treffen als niederschwelliger, flexibler und praxisnäher**. Gerade für neue Diversifizierungsbereiche bieten sie einen einfachen Zugang zum gegenseitigen Lernen, zum Aufbau von Netzwerken und zur Entwicklung gemeinsamer Lösungsansätze.

Im Rahmen der Innovationsoffensive wurde bereits versucht, bundesländerübergreifende Vernetzungstreffen für Betriebe einzurichten.

Ziel war es, den Austausch zwischen Betrieben zu fördern, ohne bereits konkrete Anforderungen an Dokumentation oder Aufzeichnungen zu stellen. Aufbauend auf diesen Erfahrungen wurde ein weiterführender Ansatz entwickelt, bei dem Betriebe in produktspezifischen Gruppen gezielt begleitet und **schrittweise an Aufzeichnungen und betriebliche Dokumentation herangeführt werden**. Ein entsprechender Vorschlag befindet sich derzeit auf Bundesebene in Prüfung.

Darüber hinaus wurde angemerkt, dass viele Betriebe den regelmäßigen **Austausch mit anderen Betrieben nicht gewohnt sind**. Umso wichtiger seien vertrauensbildende Maßnahmen, um Kooperationen zu fördern und den Nutzen des gegenseitigen Lernens sichtbar zu machen. Der Austausch zwischen Betrieben wurde dabei als wesentliche Voraussetzung gesehen, um **voneinander und miteinander zu lernen sowie Konkurrenzdenken zugunsten gemeinsamer Lösungsansätze zu überwinden**.

Als wichtige Ansätze wurden genannt:

- Ausbau von Peer-Learning-Angeboten und Betriebsbesuchen
- Förderung produktspezifischer Austauschformate
- Entwicklung bundesländerübergreifender Netzwerke für Nischenthemen
- Bereitstellung von Ressourcen für Moderation und Prozessbegleitung
- Prüfung geeigneter Fördermöglichkeiten für Austausch- und Netzwerkformate

Diversifizierung stärker in Beratung und Bildung verankern

Mehrfach wurde darauf hingewiesen, dass die **unterschiedlichen Diversifizierungsmöglichkeiten innerhalb bestehender Beratungsstrukturen nicht immer ausreichend bekannt** sind. Die Teilnehmenden stellten fest, dass Diversifizierung und Erwerbskombinationen innerhalb der Beratung stärker mitgedacht und als **mögliche Entwicklungswege für Betriebe systematischer berücksichtigt** werden sollten. Teilweise wurde der Eindruck geäußert, dass Diversifizierung in manchen Bereichen noch immer einen **geringeren Stellenwert** besitzt als klassische Produktionszweige. Dies betrifft sowohl die Wahrnehmung innerhalb der Organisationen als auch die praktische Beratungsarbeit.

Mehrfach wurde angemerkt, dass Diversifizierung innerhalb der Landwirtschaftskammern teilweise noch immer als **nachgelagertes Thema** wahrgenommen wird. Die Teilnehmenden sahen daher einen Bedarf, das interne Bewusstsein für Diversifizierungsmöglichkeiten zu stärken und die unterschiedlichen Diversifizierungsangebote stärker gemeinsam zu kommunizieren.

Diversifizierungsangebote sollten stärker gemeinsam kommuniziert und als **gleichwertige Entwicklungswege** sichtbar gemacht werden. Mehrfach wurde darauf hingewiesen, dass es hierfür einen **Bewusstseins- und Mindsetwandel** auch innerhalb der Beratung braucht.

Gleichzeitig wurde hervorgehoben, dass Beratung künftig noch stärker **marktorientiert** erfolgen sollte. Ausgangspunkt von Diversifizierungsüberlegungen sollte nicht ausschließlich die bestehende Produktion sein, sondern verstärkt die Frage, welche Bedürfnisse und Marktchancen vorhanden sind. Mehrfach wurde angemerkt, dass Diversifizierung bislang zu wenig „vom Markt her gedacht“ wird.

Es wurde mehrfach betont, wie wichtig es ist, dass Berater:innen **unterschiedliche Entwicklungswege der Betriebe offen und flexibel begleiten**. Angeführt wurde beispielsweise, dass in manchen Regionen Mutterkuhbetriebe in ihrer bisherigen Form auf Dauer wirtschaftlich nicht mehr abgesichert sind. Daher gewinnt es an Bedeutung, Direktvermarktung und **Diversifizierung frühzeitig und strategisch mitzudenken**. Die Beratung versteht sich dabei als **aktive Begleitung dieser Entwicklungsprozesse**: Sie unterstützt Betriebe dabei, neue Perspektiven zu erkennen, innovative Wege zu entwickeln und bestehende Diversifizierungsansätze gezielt weiter auszubauen. **Neben fachlicher Expertise spielen Motivation und Ermutigung eine zentrale Rolle**, um Betriebe in ihrer Weiterentwicklung zu stärken. Zukünftig wird es noch wichtiger, **Beratungswissen zu bündeln und im Rahmen von „Gruppenberatungen“ (ein Betrieb mit seinen Ideen und Bedürfnissen und verschiedene Fachberater an einem Tisch) zugänglich zu machen, um Erfahrungsaustausch und gemeinsames Lernen zu fördern**. Gleichzeitig gilt es, **individuelle Beratungskompetenzen gezielt zusammenzuführen**, um maßgeschneiderte Lösungen für die unterschiedlichen Herausforderungen der Betriebe anbieten zu können.

Empfohlen wurde daher:

- stärkere Qualifizierung von Beratungskräften im Bereich Diversifizierung
- Integration von Diversifizierungsszenarien in bestehende Beratungsinstrumente
- stärkere Zusammenarbeit mit externen Partner:innen aus Logistik, Ernährung, Tourismus, Gesundheit und Regionalentwicklung
- aktive Kommunikation der Chancen und Möglichkeiten von Diversifizierung
- Diversifizierung als mögliches Entwicklungsszenario in Betriebskonzepten integrieren (ergänzend zu Wirtschaftlichkeits- und Notfallszenarien)

- internes Marketing und Bewusstseinsbildung innerhalb der Landwirtschaftskammern stärken
- horizontale Vernetzung zwischen Betriebswirtschaft, Förderwesen, Landjugend, Maschinenring und weiteren Organisationseinheiten ausbauen
- Diversifizierung bereits frühzeitig im Rahmen von Hofnachfolgeprozessen thematisieren

Marketing- und Vermarktungskompetenzen stärken

Die Diskussion zeigte, dass viele Betriebe zwar über hochwertige Produkte und Dienstleistungen verfügen, jedoch **häufig Herausforderungen bei Vermarktung und Kommunikation** haben. Obwohl bereits zahlreiche Bildungsangebote im Bereich Social Media, Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und Marketing bestehen, wurde der **Bedarf an individueller Beratung** hervorgehoben. Dabei wurde betont, dass Marketingstrategien stets an die jeweilige betriebliche Situation angepasst werden müssen. Standardisierte Lösungen greifen häufig zu kurz. Vielmehr benötigen Betriebe Unterstützung bei der Auswahl geeigneter Instrumente sowie bei der Entwicklung langfristiger Vermarktungsstrategien. Als **positives Beispiel** wurde **Green Care** genannt. Dort besteht die Möglichkeit, Betriebe bei Bedarf individuell und persönlich zu Fragen der Vermarktung und Positionierung zu beraten.

Gleichzeitig wurde darauf hingewiesen, dass viele **Betriebe Schwierigkeiten haben, die notwendigen zeitlichen und finanziellen Ressourcen für Marketing und Kommunikation aufzubringen**. Umso wichtiger erscheinen niederschwellige Unterstützungsangebote sowie eine praxisnahe Begleitung bei der Umsetzung von Marketingmaßnahmen.

Schnittstellen aktiv gestalten

Die Diskussion verdeutlichte, dass die **Zusammenarbeit** zwischen **Landwirtschaft und anderen Sektoren** wesentlich von **gegenseitigem Verständnis** abhängt. Mehrfach wurde darauf hingewiesen, dass unterschiedliche Branchen oftmals „verschiedene Sprachen sprechen“. Bildungs- und Beratungsangebote sollten daher verstärkt dazu beitragen, die Perspektiven, Arbeitsweisen und Bedürfnisse der jeweiligen Sektoren besser zu verstehen und gemeinsame Schnittstellen aktiv zu gestalten.

Vernetzungsknoten bzw. HUB

Kontrovers diskutiert wurde die Idee eines bundesweiten Vernetzungsknotens (HUB) für Diversifizierung. Ein Teil der Teilnehmenden sah darin die **Chance, das Thema Diversifizierung auf Bundesebene sichtbar zu machen, Wissen zu bündeln sowie den Austausch zwischen unterschiedlichen Akteur:innen zu erleichtern**. Ein solcher HUB könnte insbesondere Aufgaben der Koordination, des Wissensmanagements sowie der bundesweiten Vernetzung übernehmen und dadurch regionale Aktivitäten unterstützen. Gleichzeitig wurde darauf hingewiesen, dass **viele Fragestellungen der Diversifizierung auf regionaler Ebene entstehen und dort bearbeitet werden müssen**. Die eigentlichen Schnittstellen zu Betrieben, Gemeinden, Gewerbe oder regionalen Wertschöpfungspartnern befinden sich häufig auf **Bezirks- oder Landesebene**.

Aus dieser Perspektive wurde die Frage gestellt, wie die Leistungen eines bundesweiten HUBs tatsächlich bei den Betrieben ankommen können. Mehrfach wurde betont, dass insbesondere die **Bezirksbauernkammern eine wichtige Rolle bei der Vernetzung vor Ort** einnehmen.

Ein weiterer Diskussionsbeitrag verwies darauf, dass **bereits zahlreiche Netzwerke und Austauschplattformen bestehen**. Aus dieser Sicht sollte der Fokus weniger auf dem Aufbau neuer Strukturen liegen, sondern vielmehr auf einer **besseren Vernetzung und Koordination bestehende Netzwerke**.

Als bestehende Strukturen wurden unter anderem genannt:

- Ökosoziales Forum, Wintertagung (beispielsweise durch einen eigenen Thementag Diversifizierung)
- Netzwerk Kulinarik (vernetzt Direktvermarktung, Gastronomie, Handwerk, Partnerbetriebe)
- Landwirtschaftskammer Österreich, Ausschüsse, Bundesverbände (Urlaub am Bauernhof, Gutes vom Bauernhof, Seminarbäuerinnen, Green Care, Schule am Bauernhof)

Gleichzeitig wurde darauf hingewiesen, dass **Vernetzungsmöglichkeiten für Betriebe auf Bezirks- und Regionalebene vielfach noch ausbaufähig sind**. Insbesondere für Betriebe in der Diversifizierung fehlen oftmals niederschwellige Möglichkeiten zum Austausch mit anderen Betrieben und regionalen Partner:innen. **Die Diskussion machte deutlich, dass Vernetzung dort erfolgen sollte, wo ein konkreter Mehrwert entsteht**. Unabhängig von der Organisationsform bestand Einigkeit darüber, dass bestehende Strukturen besser aufeinander abgestimmt und die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteur:innen gestärkt werden sollte. Bestehende Strukturen und Qualitätsstandards sollen dabei genutzt und weiterentwickelt werden.

Systemische Ermöglichung

(Begleitung und Systemzugang)

Förderungen und Bürokratie als zentrale Rahmenbedingungen

Einigkeit bestand darüber, dass **bestehende Förder- und Verwaltungsstrukturen vielfach als Hemmnis für Diversifizierung wahrgenommen werden**.

Insbesondere kleinere Innovations- und Diversifizierungsprojekte stoßen häufig auf bürokratische Hürden, die ursprünglich für größere Investitionsvorhaben oder klassische Urproduktionsbetriebe entwickelt wurden. Die Teilnehmenden bewerteten die Harmonisierung, Anpassung und Vereinfachung von Zertifizierungs- und Förderanforderungen als eine der wichtigsten Maßnahmen innerhalb des Themenfeldes. Mehrfach wurde darauf hingewiesen, dass **Aufwand und Förderhöhe oftmals nicht in einem angemessenen Verhältnis stehen**.

Förderungen im Bereich der Diversifizierung sollten für Betriebe einfacher und zugänglicher gestaltet werden.

Als zentrale Herausforderungen wurden genannt:

- hohe administrative Anforderungen bei Förderanträgen
- fehlende Anpassung von Förderinstrumenten an Diversifizierungsvorhaben
- komplexe Nachweis- und Dokumentationspflichten
- lange Bearbeitungszeiten
- geringe Attraktivität von Förderungen für kleinere Projekte

Transparenz und Koordination von Bildungs- und Beratungsangeboten im Bereich Diversifizierung

Ein weiterer Schwerpunkt der Diskussion war die Frage, wie **bestehende Bildungs- und Beratungsangebote im Bereich Diversifizierung besser sichtbar gemacht und aufeinander abgestimmt werden können**. Mehrfach wurde angemerkt, dass in den bisherigen Workshops häufig fehlende Angebote genannt wurden, obwohl entsprechende Bildungs- und Beratungsmaßnahmen bereits existieren. Daraus entstand die Empfehlung, zunächst ein österreichweites Mapping bestehender Bildungs- und Beratungsangebote im Bereich Diversifizierung durchzuführen. **Vor der Entwicklung neuer Angebote sollte geprüft werden, welche Angebote bereits bestehen und inwieweit diese weiterentwickelt, besser aufeinander abgestimmt oder sichtbarer gemacht werden können.**

Die Teilnehmenden beschrieben einen möglichen dreistufigen Ansatz:

1. *Bestandsaufnahme*: Sichtbarmachen bestehender Bildungs- und Beratungsangebote sowie Identifikation tatsächlicher Angebotslücken im Bereich der Diversifizierung.
2. *Vernetzung und Koordination*: Bessere Abstimmung, Bündelung und Sichtbarmachung bestehender Angebote und Anbieter.
3. *Entwicklung neuer Angebote*: Erst auf Basis der identifizierten Lücken sollen neue Bildungs- und Beratungsangebote im Bereich Diversifizierung entwickelt und umgesetzt werden.

Kontrovers diskutiert wurde die Frage, ob ein österreichweites Mapping tatsächlich notwendig ist. Einerseits wurde darauf hingewiesen, dass insbesondere die Angebote des LFI bereits gut dokumentiert und zugänglich sind. Andererseits wurde argumentiert, dass ein Mapping sämtliche relevanten Bildungs- und Beratungsanbieter im Bereich Diversifizierung umfassen sollte und damit eine Grundlage für die bessere Abstimmung bestehender Angebote schaffen könnte.

Im Rahmen der Diskussion wurde zudem darauf hingewiesen, dass unterschiedliche Anbieter teilweise um dieselben Fördermittel konkurrieren. Umso wichtiger erscheint eine **transparente Übersicht bestehender Angebote, um Doppelentwicklungen zu vermeiden** und vorhandene **Ressourcen möglichst effizient einzusetzen**.

Als positive Beispiele bestehender Vernetzungsstrukturen wurden unter anderem das [EB-Forum](#) sowie die [KEBÖ](#) genannt.

Ziel eines solchen Mappings wäre es:

- bestehende Bildungs- und Beratungsangebote im Bereich Diversifizierung sichtbar zu machen
- Doppelentwicklungen und Parallelstrukturen zu vermeiden
- Ressourcen effizient einzusetzen
- tatsächliche Angebotslücken zu identifizieren
- die Zusammenarbeit unterschiedlicher Anbieter im Bereich Diversifizierung zu erleichtern
- die Sichtbarkeit bestehender Angebote für Betriebe und Beratungskräfte zu erhöhen

Gleichzeitig wurde darauf hingewiesen, dass bereits zahlreiche Kooperations- und Abstimmungsstrukturen bestehen. Neue Vernetzungsaktivitäten sollten daher einen klaren Mehrwert schaffen und bestehende Systeme ergänzen. Konsens bestand darüber, dass ein Mapping dann sinnvoll ist, wenn der Fokus auf einer besseren Koordination, der Vermeidung von Doppelungen, der Sicherstellung von Qualitätsstandards sowie einer effizienten Nutzung vorhandener Ressourcen liegt.

Qualitätsstandards sichern

Im Zusammenhang mit der stärkeren Vernetzung von Bildungs- und Beratungsangeboten im Bereich der Diversifizierung wurde mehrfach **die Bedeutung bestehender Qualitätsstandards** hervorgehoben. Programme wie „Schule am Bauernhof“, „Urlaub am Bauernhof“, „Green Care“ oder andere etablierte Diversifizierungsangebote verfügen über langjährig entwickelte Qualitäts- und Qualifizierungssysteme. Diese Standards sollen auch künftig erhalten bleiben.

Die Diskussion zeigte deutlich, dass Innovation und Weiterentwicklung wichtig sind, gleichzeitig jedoch bestehende Erfahrungen und Qualitätsanforderungen berücksichtigt werden müssen. **Neue Angebote sollten vorhandene Strukturen ergänzen und nicht parallel dazu konkurrierende Systeme schaffen.**

Als Beispiel wurde die Gefahr genannt, neue Formate parallel zu bestehenden Qualitätsprogrammen zu etablieren. Genannt wurde etwa die mögliche Entwicklung von Angeboten, die ähnliche Inhalte wie „Schule am Bauernhof“ vermitteln, jedoch nicht denselben Qualitäts- und Qualifizierungsanforderungen unterliegen. Die Teilnehmenden betonten daher die Bedeutung bestehender Zertifizierungs- und Qualitätssicherungssysteme.

Verständnis für rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen stärken

Mehrfach wurde betont, dass **rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen verständlich und praxisnah vermittelt werden müssen**. Neben der reinen Wissensvermittlung wurde die Bedeutung einer **begleitenden Beratung** hervorgehoben. Betriebe benötigen Unterstützung dabei, rechtliche Anforderungen einzuordnen, Entscheidungen zu treffen und passende Umsetzungsschritte abzuleiten. Die Beratung wurde dabei als wichtiger Partner gesehen, um Orientierung und Sicherheit in zunehmend komplexen Rahmenbedingungen zu bieten.

Zentrale Erkenntnisse aus der Diskussion

Die Diskussion machte deutlich, dass Diversifizierung zunehmend als **gemeinschaftlicher Entwicklungsprozess** verstanden werden muss. **Erfolgreiche Betriebe profitieren von Austausch, Kooperationen und professioneller Begleitung.** Produktspezifische Austauschformate, Innovationsgruppen, Peer Learning und Betriebsbesuche wurden als besonders wirksame Formate hervorgehoben.

Mehrfach wurde betont, dass **Diversifizierung stärker als Querschnittsthema** in Beratung, Bildung und Betriebsentwicklung verankert werden sollte. Dies betrifft sowohl die fachliche Qualifizierung als auch das Verständnis und die Wahrnehmung von Diversifizierung innerhalb der Beratungsorganisationen.

Große Bedeutung wurde der **stärkeren Zusammenarbeit** zwischen Landwirtschaft und anderen Sektoren wie Tourismus, Gewerbe, Regionalentwicklung und Vermarktungspartnern beigemessen. Dafür braucht es gegenseitiges Verständnis, eine **gemeinsame Sprache** und geeignete Schnittstellen.

Im Bereich der systemischen Rahmenbedingungen wurden insbesondere die **Vereinfachung von Förderungen**, die **bessere Sichtbarkeit bestehender Bildungs- und Beratungsangebote** in der Diversifizierung sowie die **stärkere Vernetzung von Bildungsanbietern** als zentrale Handlungsfelder identifiziert.

Die Diskussion machte zudem deutlich, dass erfolgreiche Diversifizierung langfristige Prozessbegleitung erfordert. **Punktueller Einzelberatungen wurden vielfach als nicht ausreichend angesehen.** Stattdessen wurde ein koordinierter Beratungsansatz entlang der gesamten Wertschöpfungskette angeregt. Mehrfach wurde die Idee eines zentralen Ansprechpartners bzw. einer koordinierenden Stelle („**Single Point of Contact**“) angesprochen, die Betriebe bei Bedarf an die jeweils passenden Expert:innen und Unterstützungsangebote weitervermittelt. Darüber hinaus wurde empfohlen, **Diversifizierung stärker in der landwirtschaftlichen Aus- und Weiterbildung zu verankern** und den Erfahrungsaustausch zwischen Betrieben durch Peer-Learning-Angebote, Betriebsbesuche und bundesländerübergreifende Austauschformate weiter auszubauen.

Fazit

Die Diskussion zeigte deutlich, dass erfolgreiche Diversifizierung weit über die Entwicklung neuer Betriebszweige hinausgeht. Neben fachlichem Wissen benötigen Betriebe insbesondere **funktionierende Netzwerke, geeignete Vermarktungswege, professionelle Prozessbegleitung sowie unterstützende organisatorische und institutionelle Rahmenbedingungen**.

Besonders hervorgehoben wurde die Bedeutung von **produktspezifischen Austauschformaten**, Innovationsgruppen, **Peer Learning und Kooperationen zwischen Betrieben**. Gleichzeitig wurde deutlich, dass solche Formate personelle Ressourcen, Koordination und langfristige Begleitung benötigen, um wirksam zu sein.

Mehrfach wurde darauf hingewiesen, dass **Diversifizierung stärker als Querschnittsthema in Bildung, Beratung und Betriebsentwicklung verankert werden sollte**. Beratungskräfte sollen Diversifizierungsmöglichkeiten künftig aktiver aufgreifen, marktorientierter denken und Betriebe bereits in frühen Phasen von Entwicklungsprozessen begleiten.

Darüber hinaus wurde die Notwendigkeit betont, **bestehende Bildungs-, Beratungs- und Vernetzungsangebote besser sichtbar zu machen**, stärker zu koordinieren und die Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Akteur:innen auszubauen. **Neue Strukturen sollten dabei nur dort geschaffen werden, wo ein tatsächlicher Mehrwert entsteht**. Als zentrale Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung der Diversifizierung wurden insbesondere die **Vereinfachung von Förderverfahren**, die **verständliche Vermittlung rechtlicher Rahmenbedingungen** sowie die **Stärkung der begleitenden Beratung** genannt. Die Ergebnisse des Workshops bilden gemeinsam mit den Erkenntnissen der vorangegangenen Workshops eine wichtige Grundlage für die weitere Ausarbeitung der „Bildungsinitiative Diversifizierung“ sowie für die Entwicklung zukünftiger Bildungs-, Beratungs- und Unterstützungsangebote.

Ergebnisse Workshop 6

Vertiefung des Themenfeldes „Diversifizierung sichtbar machen“ mit Fokus auf Kommunikation, Bewusstseinsbildung und Vernetzung

Dienstag, 9. Juni 2026, im Rahmen der Veranstaltung „Speeding-up Innovation. Vernetzung von Forschung und Praxis. Mehr Vielfalt am Hof: Betriebsentwicklung durch Diversifizierung“ an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik in Wien.

Ergebnisse

Zielsetzung des Workshops

Der Workshop „Diversifizierung sichtbar machen“ beschäftigte sich mit der Frage, wie die vielfältigen Leistungen, Angebote und Entwicklungsmöglichkeiten landwirtschaftlicher Betriebe sichtbar gemacht und stärker im Bewusstsein von Landwirtschaft, Gesellschaft und relevanten Akteur:innen verankert werden können. Im Mittelpunkt standen Fragen der Kommunikation, Bewusstseinsbildung, Vernetzung sowie der Unterstützung von Betrieben bei der Entwicklung neuer Wertschöpfungsmöglichkeiten.

Fachlicher Hintergrund

Zu Beginn des Workshops wurden zentrale Erkenntnisse aus der bisherigen Projektarbeit vorgestellt. Die Präsentation diente als fachlicher Impuls und gemeinsamer Ausgangspunkt für die Diskussion. Im Rahmen des Workshops wurde die Verwendung des Begriffs „Diversifizierung“ thematisiert. Dabei wurde darauf hingewiesen, dass der Begriff außerhalb der Landwirtschaft bereits in unterschiedlichen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontexten verwendet wird und grundsätzlich etabliert ist.

Für den land- und forstwirtschaftlichen Kontext wird auf die Definition der Studie „Land- und forstwirtschaftliche Diversifizierung in Österreich – Begriff, wirtschaftliche Relevanz, Erfolgsfaktoren und Ansätze für die Weiterbildung und Beratung“ (Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, 2018) verwiesen. Diese Definition bildet auch die fachliche Grundlage des Projekts „Bildungsinitiative Diversifizierung“.

Demnach ist Diversifizierung eine Strategie, die über das klassische Geschäftsmodell der Land- und Forstwirtschaft hinausgeht und betriebliche Ressourcen aktiv nutzt und kombiniert, um zusätzliche Wertschöpfung für den Unternehmerhaushalt zu generieren

Im Workshop wurde klargestellt, dass Diversifizierung nicht im Sinne eines „Verlassens der Landwirtschaft“ zu verstehen ist, sondern als Integration, Vernetzung und Erweiterung innerhalb eines Wertschöpfungssystems. Die im Förderkontext teilweise verwendete Formulierung „außerhalb der Landwirtschaft“ bzw. „nicht-landwirtschaftliche Tätigkeiten“ ist als formale Abgrenzung von Förderkategorien zu verstehen und betrifft nicht die inhaltliche Ausrichtung.

Diversifizierung beschreibt die Erweiterung betrieblicher Tätigkeiten über die klassische landwirtschaftliche Produktion hinaus sowie die stärkere Integration in vor- und nachgelagerte Wertschöpfungsbereiche. Sie zielt auf die Verknüpfung landwirtschaftlicher und wirtschaftlicher Aktivitäten innerhalb eines integrierten Wirtschaftssystems ab.

Vor diesem Hintergrund stand im Workshop weniger die begriffliche Diskussion im Vordergrund, sondern vielmehr die Frage, wie bestehende und zukünftige Wertschöpfungs- und Entwicklungsmöglichkeiten landwirtschaftlicher Betriebe sichtbar gemacht und unterstützt werden können.

Ablauf und Methodik

Als Diskussionsimpuls wurden vier Leitfragen vorgestellt:

1. Wie machen wir Diversifizierung für landwirtschaftliche Betriebe greifbarer und attraktiver?
2. Wie kann der Nutzen der Diversifizierung für Betriebe, Regionen und die Gesellschaft sichtbar gemacht werden?
3. Was braucht es, damit Diversifizierung innerhalb und außerhalb der Landwirtschaft mehr Akzeptanz erhält?
4. Wie können Kooperationen zwischen Landwirtschaft und anderen Bereichen besser sichtbar gemacht und stärker genutzt werden?

Die anschließende Diskussion orientierte sich jedoch nicht an diesen Fragestellungen. Vielmehr entwickelte sich ein offener Austausch im Plenum, in dem die Teilnehmenden unterschiedliche Erfahrungen, Sichtweisen und Ideen einbrachten. Die Ergebnisse wurden auf Moderationskärtchen und einem Flipchart dokumentiert und gemeinsam reflektiert.

Diversifizierung aus unterschiedlichen Perspektiven

Im Verlauf der Diskussion wurde deutlich, dass Diversifizierung je nach Blickwinkel unterschiedlich wahrgenommen wird und damit auch unterschiedliche Anforderungen an Bildung, Beratung, Kommunikation, Vernetzung und Unterstützung verbunden sind.

Aus Sicht der landwirtschaftlichen Betriebe

Für die Betriebe steht die Zukunftsfähigkeit des Hofes im Mittelpunkt. Diversifizierung wird als Möglichkeit gesehen, neue Einkommensquellen zu erschließen, bestehende Ressourcen besser zu nutzen und den Betrieb langfristig abzusichern. Dabei spielen neben wirtschaftlichen Überlegungen auch persönliche Interessen, Fähigkeiten und Leidenschaften eine wichtige Rolle.

In der Diskussion wurde zudem deutlich, dass unterschiedliche Ausgangssituationen der Betriebe berücksichtigt werden müssen. Diversifizierung ist kein einheitlicher Entwicklungsprozess.

- Betriebe, die in die Diversifizierung einsteigen möchten und Orientierung, Informationen sowie Unterstützung bei der Entwicklung neuer Geschäftsfelder benötigen.
- Betriebe, die bestehende Diversifizierungsaktivitäten erweitern, zusätzliche Diversifizierungsbereiche aufbauen oder ihre bestehenden Angebote weiterentwickeln und professionalisieren möchten.
- Betriebe, die bestehende Diversifizierungsaktivitäten aufgrund veränderter betrieblicher, familiärer oder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen reaktivieren möchten.

Je nach Ausgangssituation benötigen Betriebe unterschiedliche Informationen, Kompetenzen, Netzwerke und Begleitmaßnahmen.

Aus Sicht der Kund:innen (der Markt)

Für Kund:innen steht nicht die Diversifizierung als Begriff im Vordergrund, sondern die konkreten Angebote und Dienstleistungen. Wahrgenommen werden beispielsweise regionale Lebensmittel, Urlaub am Bauernhof, Bildungs- und Erlebnisangebote sowie soziale und gesundheitsfördernde Dienstleistungen am Bauernhof (Green Care). Entscheidend ist dabei der konkrete Nutzen der Angebote und nicht deren Zuordnung zum Themenfeld Diversifizierung.

Aus Sicht der Bildung und Beratung

Diversifizierung betrifft häufig mehrere Fachbereiche gleichzeitig und erfordert neben fachlichem Wissen zunehmend auch betriebswirtschaftliche, organisatorische und kommunikative Kompetenzen. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit einer fachübergreifenden Beratung sowie einer stärkeren Vernetzung bestehender Bildungs- und Beratungsangebote. Besonders hervorgehoben wurden Prozessbegleitung, Coaching sowie der Erfahrungsaustausch zwischen Betrieben als wichtige Unterstützungsformen.

Aus Sicht der Förderstrukturen

Die Diskussion zeigte, dass Diversifizierung oftmals mehrere Themenfelder gleichzeitig berührt und bestehende Förder- und Unterstützungsstrukturen dadurch vor besondere Herausforderungen stellt. Hervorgehoben wurden die Notwendigkeit klarer Zuständigkeiten, einer besseren Abstimmung von Förderinstrumenten sowie einer engen Verzahnung von Förderung und Beratung.

Kommunikation als zentrales Querschnittsthema

Ein zentrales Ergebnis des Workshops war die Erkenntnis, dass **Kommunikation die verbindende Klammer** zwischen allen diskutierten Themenbereichen darstellt. Die Teilnehmenden betonten, dass es weniger darum geht, den Begriff „Diversifizierung“ selbst stärker zu kommunizieren. Vielmehr sollte sichtbar gemacht werden, welche vielfältigen Leistungen, Angebote und Entwicklungsmöglichkeiten die Landwirtschaft bietet.

Dazu zählen unter anderem:

- Produktion von Lebensmitteln
- Verarbeitung und Veredelung landwirtschaftlicher Produkte
- Bildungs- und Lernangebote
- soziale und gesundheitsbezogene Dienstleistungen
- Tourismus- und Freizeitangebote
- regionale Dienstleistungen und Kooperationen

Kommunikation wurde dabei als wesentliche Voraussetzung gesehen, um Akzeptanz zu schaffen, neue Zielgruppen zu erreichen und Entwicklungsmöglichkeiten sichtbar zu machen.

Ansätze zur Erhöhung der Sichtbarkeit

Ein zentrales Diskussionsthema war die Frage, wie die vielfältigen Leistungen und Entwicklungsmöglichkeiten der Landwirtschaft stärker sichtbar gemacht werden können. Die Teilnehmenden waren sich einig, dass zahlreiche Angebote bereits bestehen, deren Bedeutung jedoch häufig nicht ausreichend wahrgenommen wird.

Genannt wurden insbesondere:

- stärkere öffentliche Sichtbarkeit bestehender Angebote und Dienstleistungen
- bessere Kommunikation erfolgreicher Praxisbeispiele
- Darstellung der Vielfalt landwirtschaftlicher Betriebe
- Sichtbarmachung zusätzlicher Leistungen der Landwirtschaft
- Entwicklung positiver Zukunftsbilder für Betriebe
- stärkere Wahrnehmung neuer Betriebs- und Wertschöpfungsmodelle

Mehrfach wurde darauf hingewiesen, dass neue Wege häufig erst dann wahrgenommen und akzeptiert werden, wenn sie anhand konkreter Beispiele sichtbar und erlebbar werden.

Thematische Schwerpunkte der Diskussion

Kundenorientierung und Zielgruppen

Im Zusammenhang mit der Sichtbarkeit wurde die Bedeutung einer stärkeren Kunden- und Zielgruppenorientierung hervorgehoben. Dabei wurde deutlich, dass Angebote stärker an den Bedürfnissen unterschiedlicher Zielgruppen ausgerichtet und entsprechend kommuniziert werden müssen. Als relevante Bereiche wurden genannt:

- Direktvermarktung
- Urlaub am Bauernhof
- Green Care und soziale Dienstleistungen
- Bildungs- und Erlebnisangebote

Bildung und Qualifizierung

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Frage, welche Kompetenzen für erfolgreiche Diversifizierung notwendig sind. Diskutiert wurden insbesondere:

- Aus- und Weiterbildungsangebote im Bereich Diversifizierung
- Integration in Meister- und Facharbeiterausbildung
- betriebswirtschaftliche Kompetenzen
- Marketing- und Kommunikationskenntnisse
- Qualifizierung für neue Tätigkeitsfelder außerhalb der klassischen Produktion
- Erfahrungsaustausch zwischen Betrieben

Beratung und Vernetzung

Die Diskussion zeigte deutlich, dass Diversifizierung häufig an den Schnittstellen unterschiedlicher Fachbereiche stattfindet. Als wichtige Unterstützungsangebote wurden genannt:

- stärkere Vernetzung bestehender Beratungsangebote
- fachübergreifende Beratung
- Erfahrungsaustausch zwischen Betrieben
- bessere Abstimmung und Zusammenarbeit zwischen Institutionen
- Begleitung bei der Entwicklung und Umsetzung neuer Betriebszweige

Kooperationen und interdisziplinäre

Zusammenarbeit

Die Teilnehmenden diskutierten das Potenzial einer stärkeren Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und anderen gesellschaftlichen Bereichen. Genannt wurden insbesondere Kooperationen mit:

- Tourismus
- Gastronomie
- Gesundheits- und Sozialbereich
- regionalen Initiativen und Netzwerken

Förderungen und Rahmenbedingungen

Mehrere Beiträge beschäftigten sich mit den strukturellen Voraussetzungen für Diversifizierung. Diskutiert wurden:

- bessere Abstimmung von Förderinstrumenten
- Klarheit über Zuständigkeiten
- Definition und Abgrenzung des Begriffs Diversifizierung in der Förderlogik
- langfristige Rahmenbedingungen für innovative Betriebsmodelle

Zentrale Erkenntnisse

- Diversifizierung wird als wichtiger Bestandteil einer zukunftsfähigen Landwirtschaft gesehen.
- Die vielfältigen Dienstleistungen, Angebote und Entwicklungsmöglichkeiten landwirtschaftlicher Betriebe sollen stärker sichtbar gemacht werden.
- Es besteht kein Bedarf für eine eigene Dachmarke „Diversifizierung“. Im Vordergrund steht die Kommunikation bestehender Angebote, Initiativen und Marken sowie die Sichtbarmachung der multifunktionalen Rolle der Landwirtschaft.
- Bildungs-, Beratungs- und Vernetzungsangebote sind zentrale Voraussetzungen für die Entwicklung und Umsetzung neuer Betriebszweige.
- Kooperationen und fachübergreifende Zusammenarbeit werden als wesentliche Erfolgsfaktoren betrachtet.
- Diversifizierung umfasst wirtschaftliche, gesellschaftliche und persönliche Dimensionen.
- Praxisbeispiele leisten einen wichtigen Beitrag zur Veranschaulichung von Entwicklungsmöglichkeiten und zur Förderung von Akzeptanz.

Fazit

Der Workshop zeigte ein hohes Interesse an der Weiterentwicklung und Sichtbarmachung vielfältiger Wertschöpfungs- und Entwicklungsmöglichkeiten in der Landwirtschaft. Die Diskussion verdeutlichte, dass Diversifizierung wirtschaftliche, gesellschaftliche und persönliche Dimensionen umfasst und dass Bildung, Beratung, Vernetzung und Kooperation zentrale Voraussetzungen für erfolgreiche Entwicklungsprozesse darstellen.

Deutlich wurde zudem, dass die Landwirtschaft über ein breites Spektrum an Kompetenzen, Angeboten und Entwicklungsmöglichkeiten verfügt. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, diese Potenziale sichtbar zu machen, erfolgreiche Praxisbeispiele aufzuzeigen und Betriebe bei der Entwicklung zukunftsfähiger Perspektiven zu unterstützen.

Hervorgehoben wurden insbesondere folgende Aspekte:

- Die **Nachfrage nach alternativen und ergänzenden Entwicklungsmöglichkeiten** für landwirtschaftliche Betriebe **nimmt zu**.
- **Betriebe benötigen Unterstützung bei der Erschließung neuer Perspektiven und betrieblicher Entwicklungspfade.**
- Im Mittelpunkt steht die Frage, **welche Voraussetzungen geschaffen werden müssen, damit Betriebe langfristig wirtschaftlich, gesellschaftlich und persönlich erfolgreich bestehen können.**
- **Neue Geschäftsfelder** entstehen insbesondere durch **Vernetzung, Kooperationen sowie gezielte Impulse aus Bildung, Beratung und Praxis.**
- **Zukunftsfähige Wertschöpfungs- und Entwicklungspotenziale sollen stärker sichtbar gemacht werden.**
- **Innovative Betriebsmodelle und neue Wege der Betriebsentwicklung** sollen als **gleichwertige Entwicklungsoptionen** wahrgenommen und in der landwirtschaftlichen Praxis verankert werden.

SPEEDING UP INNOVATION



Vernetzung von Forschung und Praxis



Foto: Pixabay



Foto: AMA Genusregion Paul Gubler

MEHR VIELFALT AM HOF: BETRIEBSENTWICKLUNG DURCH DIVERSIFIZIERUNG

Dienstag, 9. Juni 2026, 10 bis 16:00 Uhr
Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik
Angermayergasse 1, 1130 Wien

2026



AGBSpeedingUpInnovation

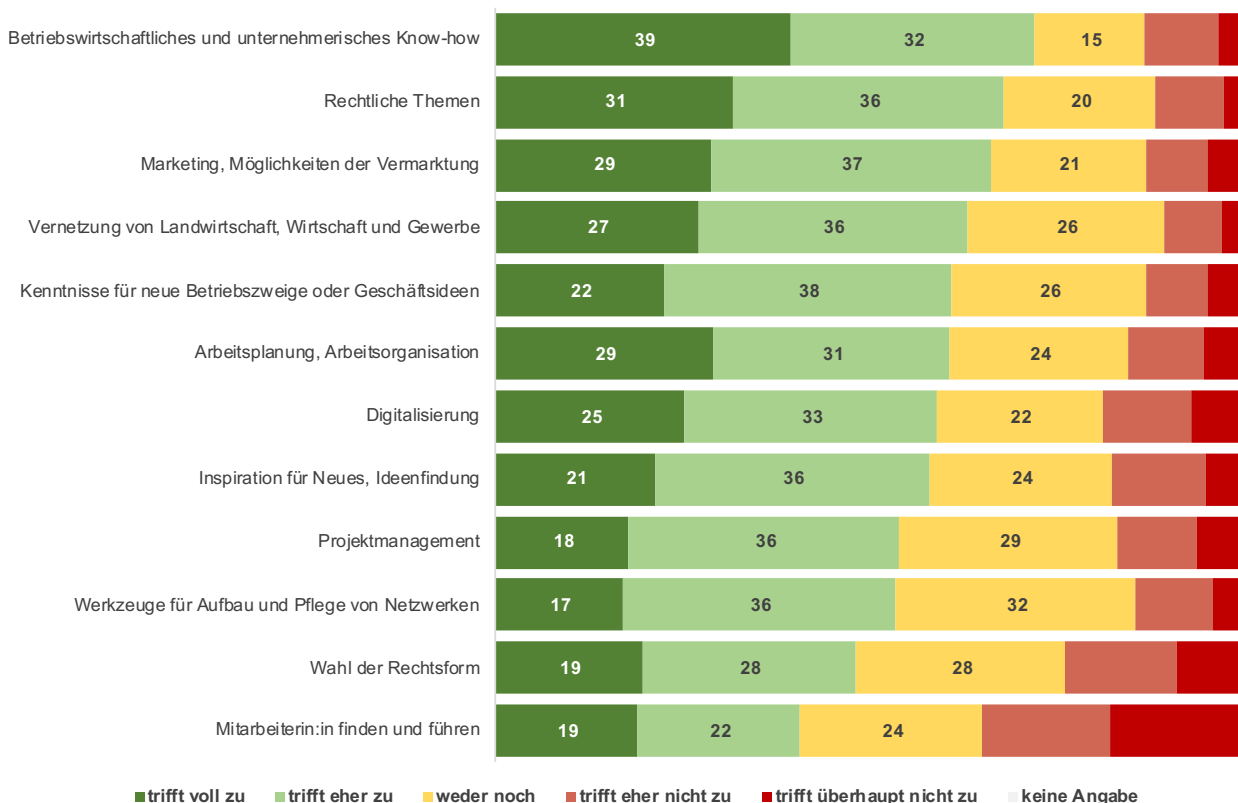
ANHANG II.: TELEFONUMFRAGE

Der Anhang enthält einen Auszug (S. 38–41) aus dem Bericht „Bildungsinitiative Diversifizierung: Bericht über die Ergebnisse der telefonischen Befragung von 810 Landwirt:innen in Österreich“. Die telefonische Befragung wurde im Februar 2025 durchgeführt und untersucht unter anderem die Präferenzen von Landwirtinnen und Landwirten hinsichtlich der Inhalte von Weiterbildungs- und Beratungsangeboten sowie der bevorzugten Bildungsformate. Der vollständige [Bericht](#) steht zum Download zur Verfügung.

Präferierte Inhalte in der Weiterbildung und Beratung

Ganz oben auf der Liste steht der Wunsch nach betriebswirtschaftlichem und unternehmerischem Know-how. Für 39% sind Inhalte in diesem Bereich besonders wichtig, für weitere 32% eher wichtig.

Rechtliche Themen schließen daran an, für 31% der Landwirtinnen und Landwirte als besonders wichtig eingestuft. Fragen zur Vermarktung und zum Marketing und die Vernetzung von Landwirtschaft, Wirtschaft und Gewerbe folgen auf den Rängen drei und vier. Daran schließt Inhalte über Kenntnisse für neue Betriebszweige und Geschäftsideen an. Die Arbeitsplanung und Arbeitsorganisation waren für 29% besonders relevant, für 31% eher relevant. Bei Betrachtung nur der ersten Abstufung der Skala (trifft voll zu) käme dieser Themenbereich sogar auf Rang drei unter allen zwölf vorgegeben Inhalten. Etwas dahinter rangieren Digitalisierung und Hinweise zur Inspiration neuer Ideen. Die letzten vier Themenbereiche betreffen das Projektmanagement, die Pflege von Netzwerken, die Rechtsformwahl und die Akquise und Führung von Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter. Auch für diese Inhalte hat jeder fünfte der Befragten großes Interesse.



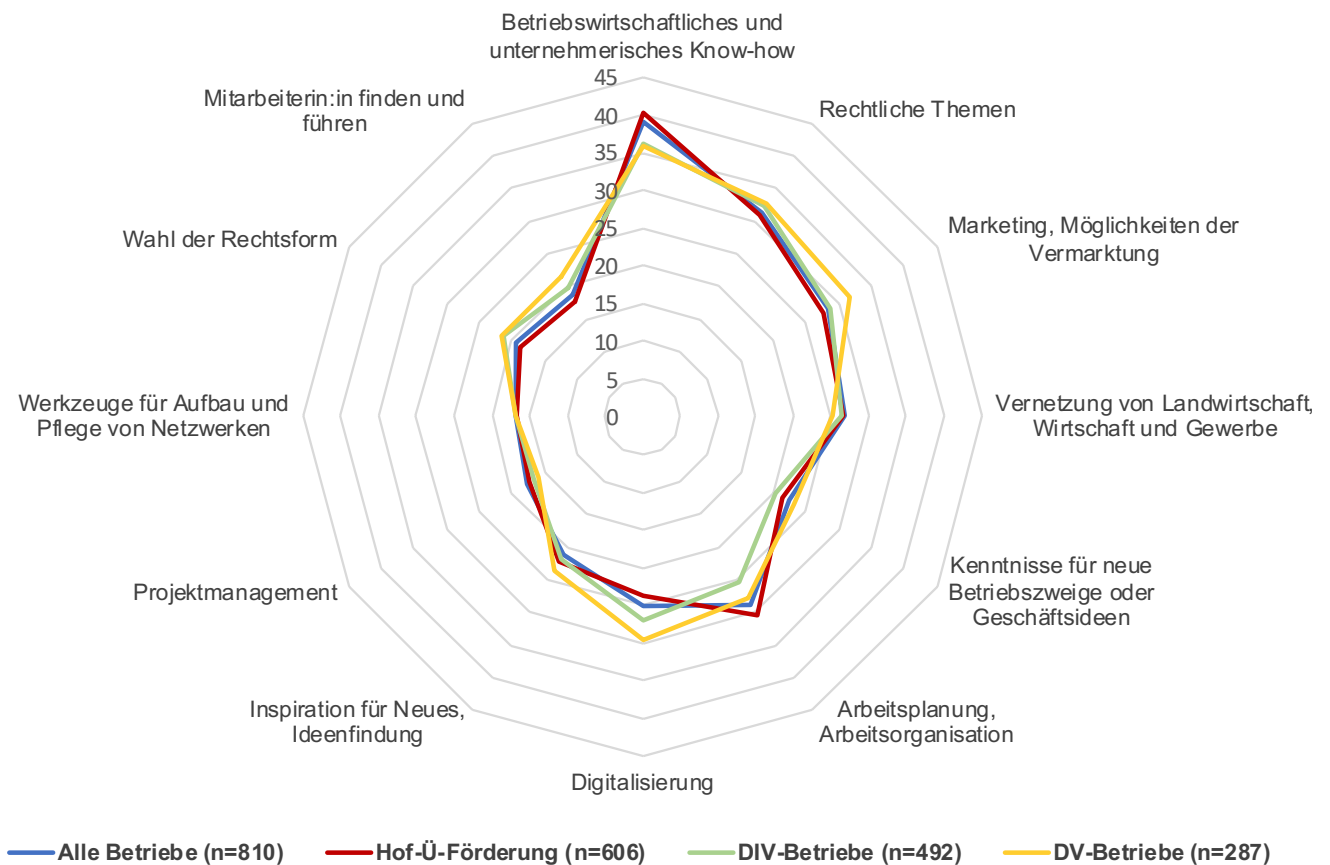
Frage: Welche Inhalte braucht es aus Ihrer Sicht in der Weiterbildung und Beratung?

Hinweise: n = 810, Zustimmung in Prozent. Reihung der Inhalte nach den beiden ersten Abstufungen der Skala (trifft voll zu und trifft eher zu).

Abbildung 14: Präferenzen bei den Inhalten zur Weiterbildung und Beratung

Nach Betriebsgruppen zeigen sich einige wenige Abweichungen. Inhalte zum betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Know-how sind vor allem den Hofübernehmerinnen und Hofübernehmern wichtig. Etwas mehr als 40% votiert hier mit „trifft voll zu“. Das Thema Marketing und Vermarktung ist für die Befragten mit Direktvermarktung überdurchschnittlich relevant, knapp 32% bekundeten darin ein sehr großes Interesse (knapp 29% unter allen

Betrieben). Themen zur Arbeitsplanung und Arbeitsorganisation waren den Hofübernehmerinnen und Hofübernehmer etwas wichtiger als im Schnitt aller Betriebe. Bei der Digitalisierung votierten knapp 30% der Befragten mit Direktvermarktung mit „trifft voll zu“, in der Stichprobe insgesamt waren es 25%. Ansonsten sind die Abweichungen bei den Antworten zu dieser Frage wenig unter den hier angeführten Betriebsgruppen ausgeprägt.



Frage: Welche Inhalte braucht es aus Ihrer Sicht in der Weiterbildung und Beratung?

Zustimmung in Prozent zur ersten Abstufung der Skala „trifft voll zu“.

Abk.: Hof-Ü = Hofübernahme, DIV = Diversifizierung, DV = Direktvermarktung

Abbildung 15: Präferenzen bei den Inhalten zu Weiterbildung und Beratung nach Betriebsgruppen

Präferenzen bei Bildungsformaten

In einer weiteren Frage wurden die Präferenzen bei den Bildungsformaten erkundet. Also in welcher Form sollen die gewünschten Inhalte in der Weiterbildung und Beratung an die Landwirtinnen und Landwirte transferiert werden. Insgesamt wurden elf Möglichkeiten im Fragebogen aufgelistet, die Befragten konnten auch mehreren Bildungsformaten zustimmen. Insgesamt gab es zu dieser Frage 3.945 positive Antworten, bei 810 Betrieben bedeutet das, dass im Schnitt ein Landwirt bzw. eine Landwirtin 4,9 Bildungsformate nannte. Die Reihung der elf Bildungsformate nach ihrer Bedeutung aus Sicht der Befragten beleuchtet Abbildung 16. Die Abbildung verweist darauf, dass alle

Bildungsformate mehr oder weniger relevant sind für Bauern und Bäuerinnen. Trotzdem belegt die Reihung, dass der Erfahrungsaustausch und Netzwerke am häufigsten von den Landwirtinnen und Landwirten genannt wurden (57%). Gleich dahinter kommt die Einzelberatung (53%), dicht gefolgt von Exkursionen mit 51%. Etwas weniger als die Hälfte der Befragten sahen Online Webinare, Tagungen und spezielle Bildungsangebote für Frauen als für sie wichtig an. 43% interessierten sich für Fachartikeln und Wissensdatenbanken und 41% für Arbeitskreise. Zwischen 33% und 35% Zustimmung erhielten Coaching und Begleitung, Videos und Podcasts und Workshops.



Frage: Welche der folgenden Bildungsformate sind Ihrer Meinung nach sinnvoll?

Zustimmung in Prozent, n=810 Betriebe bei 3.945 Nennungen.

Abbildung 16: Präferenzen bei den Bildungsformaten aus Sicht der Befragten

Bei einigen Bildungsformaten zeigen sich kleinere Abweichungen bei den Präferenzen in Abhängigkeit von der Betriebsgruppe oder dem Geschlecht. So sind Erfahrungsaustausch und Netzwerke besonders für Bauern und Bäuerinnen mit Urlaub am Bauernhof wichtig (Zustimmung von 64%). Auch Frauen schätzen den Erfahrungsaustausch und Netzwerke mehr als Männer (61% versus 56%). Die Gruppe 55 Jahre oder älter schätzen es mit 50% weniger als die Jüngeren. Einzelberatungen und Exkursionen werden von Hofübernehmerinnen und Hofübernehmer etwas wichtiger eingestuft als im Schnitt aller Betriebe. Interessant: Spezielle Bildungsangebote für Frauen

wurden von Männern als wichtiger eingestuft als von Frauen (Zustimmung von 47% im Vergleich zu 36%); auch die über 55-Jährigen schätzten spezielle Bildungsangebote für Frauen wichtiger ein als die Jüngeren. Fachartikel und Wissensdatenbanken werden ebenso von Männern eher bevorzugt als von Frauen (45% versus 35%), das gleiche gilt für Arbeitskreise (42% versus 37%). Bei Workshops ist es genau umgekehrt: Diese werden von Frauen stärker nachgefragt (40% versus 31%). Alle anderen Abweichungen sind weniger stark ausgeprägt, die Unterschiede zwischen den Betriebsgruppen oder dem Geschlecht marginal.

An der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik wird in Zusammenarbeit mit verschiedenen inner- und außeragrарischen Partnerinnen und Partnern die „Bildungsinitiative Diversifizierung“ in der österreichischen Landwirtschaft entwickelt. Im Mittelpunkt steht die stärkere Verankerung der Diversifizierung als strategische Betriebsoption. Diversifizierung eröffnet Betrieben die Möglichkeit, neue Wertschöpfungs- und Einkommenspotenziale zu erschließen – etwa durch neue Betriebszweige, Produkte oder Dienstleistungen auf den Höfen und in der Region. Die „Bildungsinitiative Diversifizierung“ ist ein Umsetzungsprojekt der Vision 2028+, Handlungsfeld 4 „Optionen der Wertschöpfung am Hof“. Sie setzt daher bei den Kompetenzen und Unterstützungsstrukturen an, die erforderlich sind, damit Landwirtinnen und Landwirte sowie Beraterinnen und Berater Diversifizierung als strategische Option erkennen, bewerten und weiterentwickeln können. Ziel ist es, die Voraussetzungen für eine professionelle und zukunftsorientierte Auseinandersetzung mit Diversifizierung zu stärken und damit einen Beitrag zur Weiterentwicklung der multifunktionalen Landwirtschaft in Österreich sowie zur nachhaltigen Sicherung und Weiterentwicklung bäuerlicher Familienbetriebe zu leisten.

Unsere Projektpartner

Die Landwirtschaftskammern, die Arbeitsgemeinschaft Österreichische Bäuerinnen und die Ländliche Fortbildungsinstitute unterstützen die Bildungsinitiative mit ihrer Expertise und ihren Netzwerken und tragen aktiv dazu bei, neue Wege in der Diversifizierung aufzuzeigen. Zudem unterstützen zahlreiche landwirtschaftsnahe Organisationen und Projekte die Initiative und sind Teil des Stakeholder-Forums Diversifizierung.

Projektpartner

