

# Mit Genussrechten und Kuh-Aktien die Zukunft gestalten

Der Stimmzettel unserer Zeit ist der Kassenbon. Denn mit jedem Einkauf unterstützen wir bestimmte Produktionsbedingungen. Durch alternative Beteiligungsformen können Verbraucher eine lokale, bäuerliche und handwerkliche Lebensmittelproduktion fördern.

[VON PETRA WÄHNING]



Werner und Martina Haase vom Leitzachtaler Ziegenhof

Die Art der Landwirtschaft wirkt sich auf ländliche Regionen sehr direkt und vielfältig aus. Sie prägt das Landschaftsbild, die Möglichkeiten der Naherholung und die sozialen Strukturen. Gleichzeitig ist die Landwirtschaft und die Lebensmittelherstellung durch Globalisierung und undurchsichtige Strukturen geprägt. Für den Verbraucher ist der direkte Kontakt mit Landwirt, Bäcker oder Metzger selten geworden. Es gibt immer weniger regionale Betriebe, die qualitativ hochwertige Lebensmittel produzieren und bäuerliche Familienbetriebe, die ihre Produkte direkt auf dem Hof veredeln. Handwerkstraditionen drohen auszusterben, mit ihnen stirbt gleichzeitig ein wichtiges Kulturgut.

In dieser Gemengelage ist eine neue Solidarität zwischen Erzeugern und Verbrauchern entstanden. Immer mehr Menschen wollen mit ihrem Konsum und ihren Investitionen bewusst nachhaltige, handwerkliche Arbeit, eine soziale, kulturelle und natürliche Vielfalt und funktionierende Kreisläufe erhalten. Dafür nehmen die neuen Verbraucher teilweise einen erheblichen Mehraufwand in Kauf. Bewusst verzichten sie auf die Bequemlichkeiten moderner Einkaufs- und Versorgungsstrukturen. Sie fordern Transparenz, orientieren sich an regionalen Erzeugnissen, deren Herstellung nachvollziehbar ist und bevorzugen eine direkte Kundenbeziehung. Kombiniert werden die traditionellen Ansätze mit neuen, innovativen Ideen: Nachhaltigkeit, Solidarische Landwirtschaft, Vegetarismus, gemeinsame Erfahrungsräume und auch marktferne Experimentierfelder sind wichtige Themen. Ein erfrischend vielfältiger

Mix aus kreativen Lösungen Einzelner und der Solidarität vieler ist entstanden. Vieles spricht dafür, dass sich die Nische weiterentwickelt und für den ländlichen Raum eine wertvolle Zukunftschance darstellt.

## Alternative Finanzierungsformen für kleine Betriebe

Eine sehr konkrete Form der Beteiligung etabliert sich derzeit zunehmend als alternative Finanzierungsform für landwirtschaftliche Betriebe. Direktvermarktende Landwirte oder Betriebe des Lebensmittelhandwerks finanzieren in Form von Genussrechten oder Nachrangdarlehen Teile ihrer Investitionsvorhaben über ihre Kunden und über Bürger aus ihrem Umfeld. Das heißt, Bürger überlassen dem Betrieb für einen definierten Zeitraum einen Geldbetrag. Die Zinsen für die Überlassung des Geldes werden in Naturalien bezahlt, je nach Vereinbarung kann der Geldbetrag in Geld oder ebenfalls in Naturalien getilgt werden. Zwei Beispiele: Die Familie Berghammer in Gmund am Tegernsee konnte auf diesem Weg den Umbau des Kuhstalls verwirklichen. Die Investition war durch die Umstellung von Milchvieh auf Mutterkuhhaltung notwendig geworden. Und auch Werner Haase, Betriebsleiter des Leitzachtaler Ziegenhofes, finanzierte mit dem Geld seiner Kunden Käserei und Hofladen. Die finanzielle Beteiligung verbindet Erzeuger und Verbraucher in einer anderen Qualität und Tiefe, als dies bei einer reinen Kunden- oder Nachbarschaftsbeziehung möglich wäre. Aktivität ersetzt Ohnmacht und Klagen über den Zustand der Welt, die Zukunft wird gemeinsam konstruktiv und lösungsorientiert gestaltet.

## Schweine-Leasing als Grundlage für eine verantwortliche Landwirtschaft

Diese Art der Finanzierung geht weit über die reine Geldbeschaffung hinaus. Die finanzielle Beteiligung intensiviert die Bindung zwischen Kunden und Betrieb.

Anleger erleben direkt, was ihr Geld ermöglicht und erfahren detailliert, was die bäuerliche und handwerkliche Erzeugung von Lebensmitteln in der Praxis bedeutet. Dies fördert die Wertschätzung und die Identifikation mit dem Hof. Sie werden so zu Fürsprechern eines Betriebes und erhöhen dessen Bekanntheitsgrad. Landwirtschaftliche Betriebe können sich von ihren Kunden auch Geld leihen, indem die Kunden eine Vorauszahlung für künftige Einkäufe machen. Im Gegenzug erhalten sie Einkaufsgutscheine, die sie im Laden einlösen können. Eine Verzinsung der Vorauszahlung ist möglich, eine Rückzahlung allerdings ausgeschlossen.

Viele Betriebe binden Verbraucher direkt mit ein und sorgen so für eine neue Art der Transparenz und Kundenbindung. Im Unterschied zum normalen Marktgeschehen mit den Gesetzen von Wettbewerb und Profitmaximierung auf beiden Seiten stehen hier andere Themen im Vordergrund. Die Anbaumethode, alte Tierrassen, samenfeste Getreide- und Gemüsesorten, Streuobstbestände, handwerkliche Verarbeitung, Geschmacksintensität und besondere Maßnahmen für Tierwohl und Naturschutz sind der Mehrwert, den der Kunde bekommt. So werden durch loyale Kunden wichtige Werte gelebt und erhalten.

Die Erzeuger-Verbraucher-Partnerschaft ist in der Regel für eine längere Dauer angelegt, mindestens für ein Jahr oder eine Saison. Die gegenseitige Verpflichtung und eine faire, transparente Beziehung stehen im Mittelpunkt, für die besonderen Beteiligungsformen gibt es viele verschiedene Modelle. Das Angebot reicht von Rent-a-Huhn über Kuh-Aktien und Schweine-Leasing bis hin zur Beteiligung an der Ackerfläche. Gemeinsam ist allen Projekten der solidarische Gedanke: Die Erzeuger produzieren für eine feste Gruppe von Verbrauchern, die eine bestimmte Form der Erzeugung ermöglicht, weil sie sich vorab zum Kauf verpflichtet hat. Den Landwirten sichert das gute Preise für ihre Produkte.

**Ein Modell für Menschen, die gerne kommunizieren**  
 Erzeuger, die den direkten und intensiven Kontakt mit Kunden nicht scheuen, können sich den Trend zu alternativen Beteiligungsformen zu Nutze machen und damit ihren Bestand sichern. Die Voraussetzungen dafür sind berufliches Engagement, ein vorurteilsfreier Umgang mit dem – oft städtischen – Verbraucher und die Bereitschaft, immer wieder Auskunft über Betriebsentscheidungen zu geben. Nur wer seiner Tätigkeit aus Überzeugung nachgeht, wird das auch langfristig leisten können und wollen. Die enge Beziehung zum Kunden kann sehr lohnend, aber auch sehr anstrengend sein. Wer nicht gerne mit Menschen spricht und sich von Besuchern auf dem Hof gestört fühlt, wird sich mit dieser Form der Finanzierung schwertun. In der medialen Kommunikation der großen Handelsketten funktioniert vielleicht eine Marketingstrategie ohne wirklichen Hintergrund. Für Genussrechte und andere Beteiligungsformen gilt das nicht: Sie können nur von Überzeugungstätern realisiert werden, denn ein direkter, intensiver und glaubwürdiger Kundenkontakt ist notwendig. ■



Funktionsweise  
 Genussrecht  
 mit Zins und Tilgung  
 in Naturalien

**INFO:**

**Leitzachtaler Ziegenhof**  
 Lage: Fischbachau in Oberbayern  
 Fläche: 55 Hektar Ackerfläche, 30 Hektar Alm  
 Ausrichtung: Grünland- und Milchviehbetrieb mit Kühen und Ziegen  
 Finanzierte Projekte: Hofladen und Käserei  
 Finanzierte Summe: 100 000 Euro in Teilen zu 500 Euro  
 Zins: 5 Prozent, Ausschüttung als Nahrungsmittel  
 Laufzeit: mindestens fünf Jahre

**Berghammer's**  
 Lage: Gmund am Tegernsee  
 Fläche: 22 Hektar Grünland  
 Ausrichtung: Umstellung von Milchvieh auf Mutterkuh, Nebenerwerb  
 Finanziertes Projekt: Stallumbau  
 Finanzierte Summe: 60 000 Euro in Teilen zu 400 Euro  
 Zins: 4 Prozent, Ausschüttung und Tilgung in Fleisch  
 Laufzeit: fünf Jahre



**KONTAKT:**  
 Petra Wähning  
 info@petrawahning.de  
 www.genussinvest.de  
 www.genussgemeinschaft.de  
 www.petrawaehning.de