

Benno Steiner

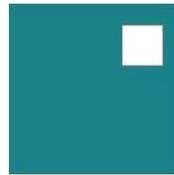


REDNER | BERATER | VERMITTLER

SPEAKER | CONSULTANT | ADVISORY

## VORTRAGSTHEMEN 2022/2023

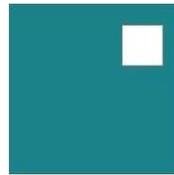
Kontaktdaten:  
Benno Steiner  
Innstraße 2 a, 83064 Raubling  
Tel. +49.0.8035.9558228  
Mobil. +49.0.174.9494800  
Email: [Steiner@bennosteiner.de](mailto:Steiner@bennosteiner.de)  
[www.bennosteiner.de](http://www.bennosteiner.de)  
12.01.2022



## Übersicht

---

V1.	Agile/Dynamische Unternehmens- und Strategieplanung.....	3
	Das Unternehmen nach dem ausrichten was vorhanden ist und nicht nachdem was man sich erhofft oder erträumt.....	3
V2.	Mit Mut, Kompetenz und Leidenschaft zum Erfolg. ....	4
	In Zukunft Erfolg & Reich .....	4
V3.	„Small is beautiful“ .....	5
	Warum auch kleinere Unternehmen eine Chance haben.....	5
V4.	Boden.Unser.....	6
	Wem gehört die Zukunft? Wem gehört in Zukunft unser Boden? .....	6
V5.	Die Nachfolge regeln. Das Lebenswerk übergeben oder verkaufen? .....	7
	Rechtzeitig planen – richtig umsetzen – glücklich in den Ruhestand .....	7
V6.	Bauern-Bashing – NGO´s attackieren die Landwirtschaft.....	8
	Wie NGO´s mit Mobbing eine Menge Geld verdienen.....	8
V7.	Markt - Wir wissen, dass es zu wenig ist, hervorragend zu produzieren .....	9
	Die Chancen und Risiken für Unternehmen auf dem Weltmarkt.....	9
V8.	Läuft Ihnen die Zeit davon – oder sind Sie schneller? .....	10
	Der unternehmerische Druck auf die Bauern wächst – jetzt heisst es schneller sein als die anderen – oder? .....	10
V9.	Digitalisierung in der Landwirtschaft -Vom Büro bis zum Feld und in den Stall. 11	
	Ein Überblick der Möglichkeiten und den zusätzlichen Nutzen für den Landwirt.....	11
V10.	Krisenmanagement.....	12
	Eine Krise folgt der nächsten. Corona, Energie, Einwanderung, Kriege, Finanzen usw. Welche Auswirkungen hat das auf uns Landwirte und wie können wir darauf reagieren? .....	12



## V1. AGILE/DYNAMISCHE UNTERNEHMENS- UND STRATEGIEPLANUNG

DAS UNTERNEHMEN NACH DEM AUSRICHTEN WAS VORHANDEN IST UND NICHT NACHDEM WAS MAN SICH ERHOFFT ODER ERTRÄUMT.

### *Inhalt:*

---

Unternehmensplanung – auch strategische Planung – ist in diesen sehr bewegten Zeiten notwendiger denn je. Aber die bisher übliche zielorientierte Planung orientiert sich an vergangenheitsbezogenen Daten und Vorhersagen für die Zukunft. Vorhersagen aber als eine Basis für Unternehmerische Entscheidungen zu verwenden ist sehr mutig.

Bei der Agilen Unternehmens –und Strategieplanung orientieren wir uns statt an Zielen und Entwicklungen die aus der Glaskugel gelesen werden, an den vorhandenen Ressourcen und Möglichkeiten.

### *Vortragsgliederung:*

---

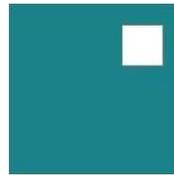
1. Möglichkeiten Zukunftsprognosen und Probleme von Unternehmen bei der Planung
2. Vorhandenen Planungsmodelle mit Vor- und Nachteilen
3. Vorstellung der Agilen Unternehmens- und Strategieplanung
  - 3.1. Welche Ressourcen haben wir im Unternehmen?
  - 3.2. Welche Möglichkeiten haben wir in unserer Region?
  - 3.3. Welche Unternehmenskultur haben wir intern und extern?
  - 3.4. Welche Werte haben wir intern und extern?
4. Was kann man aus diesen Stärken ableiten?
  - 4.1.1. Maßnahmen und Strategien - „Was und wie können Sie etwas verändern?“

### *Ziel des Vortrages:*

---

In diesem Vortrag werden Möglichkeiten aufgezeigt, aus dem was im Unternehmen vorhanden ist, die besten Ergebnisse zu erzielen. Nicht mehr fiktive Ziele, sondern reale Möglichkeiten, bestimmen die Strategie des Unternehmens.

Zukünftige gesellschaftliche, personelle, finanzielle und wirtschaftliche Änderungen werden in dieses elastische, agile Strategiemodell eingearbeitet und forcieren die positive Entwicklung des Unternehmens.



## V2. MIT MUT, KOMPETENZ UND LEIDENSCHAFT ZUM ERFOLG. IN ZUKUNFT ERFOLG & REICH

### *Inhalt:*

---

Unternehmer werden ist leicht. Unternehmer bleiben ist nicht so einfach. Aber was ist Erfolg und reicht Mut, Kompetenz und Leidenschaft auf dem Weg dorthin? Mit welchen Strategien kann ich mein Unternehmen weiterentwickeln und wie kann ich die begrenzten Produktionsfaktoren am besten einsetzen.

### *Vortragsgliederung:*

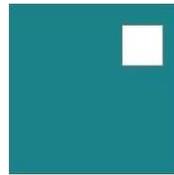
---

1. Was ist „Erfolg“?
2. Was ist mir wichtig?
3. Wo will ich hin?
4. Welche Ziele hat das Unternehmen
5. Erfolgsfaktoren und -strategien für Unternehmen
6. Erfolgsfaktoren und -strategien für Unternehmer
7. Veränderungsprozesse starten und umsetzen

### *Ziel des Vortrages:*

---

Ziel ist es bei Unternehmern die persönlichen Ziel- und Erfolgswünsche, sowie die Gründe für die eigene Motivation wieder deutlich zu machen und diese mit den Unternehmenszielen zu vergleichen. Unterschiedliche Zielvorstellungen können unter Umständen koordiniert und homogenisiert werden. Wenn die Zielvorstellungen in Einklang gebracht wurden, wie lassen sich die Veränderungsprozesse starten und zum beiderseitigen Erfolg führen.



### V3. „SMALL IS BEAUTIFUL“

#### WARUM AUCH KLEINERE UNTERNEHMEN EINE CHANCE HABEN

##### *Inhalt:*

---

Alles wächst, jedes Unternehmen muss wachsen um auch in Zukunft eine Chance zu haben. Wirklich? Immer weiter wachsende Unternehmen geraten leicht in eine „Größenfalle“. In diesem Vortrag werden Chancen und Risiken von wachstumsorientierten Unternehmen und Lösungsansätze für kleinere Betriebe aufgezeigt.

##### *Vortragsgliederung:*

---

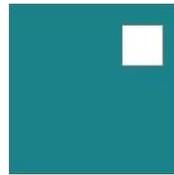
1. Was ist ein kleines Unternehmen, ein Familienbetrieb?
2. Welche Ziele verfolge ich?
3. Kann ich diese Ziele mit diesem Unternehmen erreichen?
4. Wie muss ich mein Unternehmen strukturieren um diese Ziele zu erreichen?
5. Mögliche Strategien für KMU-Unternehmen (Klein- und mittelständische Unternehmen)
6. Umsetzungsfahrpläne für diese Strategien

##### *Ziel des Vortrages:*

---

Viele klein- und mittelständische Familienbetriebe haben Probleme. Der Verwaltungsaufwand wird immer größer, die Wettbewerbssituation wird härter und die Anpassung an die Markterfordernisse werden ebenfalls immer schwieriger. Es sind Lösungen gesucht wie das Unternehmen umstrukturiert werden muss um auch in Zukunft am Markt erfolgreich agieren zu können.

Ich möchte mit diesem Vortrag Mut machen. Auch KUM haben langfristig Chancen am Markt wenn sie rechtzeitig die Chancen erkennen und den Mut haben notwendige Anpassungsmaßnahmen umzusetzen. Im Vortrag werden Beispiele angeführt, Möglichkeiten dargestellt und Impulse für Veränderungen gegeben.



## V4. BODEN.UNSER.

### WEM GEHÖRT DIE ZUKUNFT? WEM GEHÖRT IN ZUKUNFT UNSER BODEN?

#### *Inhalt:*

---

Grund und Boden ist einer der wichtigsten Produktionsfaktoren. Aber der Eigenflächenanteil landwirtschaftlicher Betriebe wird immer geringer und der Anteil der Pachtflächen größer. Gleichzeitig steigt der öffentliche Druck und die Anforderungen an die Bodenbewirtschaftung. Werden Bauern immer abhängiger, immer mehr zu „Knechten“ und verlieren die Eigenschaft als freie Bauern?

Andererseits geht der Flächenverbrauch ungehindert weiter. Der Siedlungsdruck steigt. Die Bodennutzung wird immer intensiver. Der Ausverkauf land- und forstwirtschaftlicher Flächen nimmt zu. Die Ansprüche der Verbraucher an die Landwirte und eine natur- und artengerechte Bewirtschaftung nehmen zu. Die Landwirte stecken in einer Zwickmühle.

#### *Vortragsgliederung:*

---

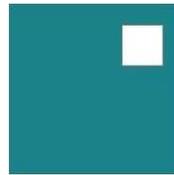
1. Boden als wichtigen Produktionsfaktor erhalten – verbessern – vermehren.
2. Wem unser Boden gehört, dem gehört unsere Zukunft.
3. Boden...Produktion
4. Boden...Sicherheit?
5. Boden...Natur
6. Boden...Schutz
7. Boden...Lebensgrundlage
8. Boden...Sozialpflichtigkeit
9. Boden ist...Existenz.
10. Boden...Eigentum.
11. Unser Boden...unsere Verantwortung

#### *Ziel des Vortrages:*

---

Mit diesem Vortrag soll auf das Dilemma der Landwirte hingewiesen werden. Die Herausforderungen der Bauern werden deutlich gemacht aber auch die steigenden Ansprüche und die Einflussnahme von Anliegern und Investoren aufgezeigt.

Landwirte und Grundstückseigentümer sollen mit diesem Vortrag sensibilisiert werden. Boden ist zwar Mittel zum Zweck, aber Boden hat noch wesentlich mehr Funktionen. Derjenige der Flächen besitzt und/oder bewirtschaftet, trägt eine große Verantwortung. Wenn diese Verantwortung nicht freiwillig übernommen wird, kann es sein, dass die Bewirtschafteter auch in ihren Entscheidungen so eingeschränkt werden, dass damit die öffentlichen Interessen erfüllt werden können. Daher soll hier ein Problembewusstsein geschaffen und Lösungsansätze aufgezeigt werden.



## V5. DIE NACHFOLGE REGELN. DAS LEBENSWERK ÜBERGEBEN ODER VERKAUFEN?

RECHTZEITIG PLANEN – RICHTIG UMSETZEN – GLÜCKLICH IN DEN RUHESTAND

### *Inhalt:*

---

Damit Unternehmensübergaben erfolgreich verlaufen, ist es wichtig, diese frühzeitig und systematisch anzugehen. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten aber auch Risiken und Fallstricken.

In diesem Vortrag wird sowohl die Übergabe in der Familie durch eine vorweggenommene Erbfolge und die Erbfolge mittels Testament oder Erbvertrag genauso dargestellt, wie die Unternehmensübertragung an Dritte und die Vielzahl von Möglichkeiten die sich daraus ergeben, aber auch auf was dabei zu achten ist.

### *Vortragsgliederung:*

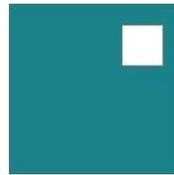
---

1. Irgendwann trifft es jeden – das Unternehmen abgeben
2. Wann ist der richtige Zeitpunkt?
3. Wie kann ich mich darauf vorbereiten?
4. Welchen Möglichkeiten gibt es überhaupt?
5. Wie finde ich die passende Lösung für mich und das Unternehmen?
6. Wie kann ich meine Entscheidung am besten umsetzen?

### *Ziel des Vortrages:*

---

Ich möchte deutlich machen, dass es irgendwann wirklich jeden trifft. Man kann die Entscheidung noch solange schieben, irgendwann geht das Unternehmen in andere Hände über. Ziel in diesem Vortrag ist es, die Unternehmer für dieses Thema zu sensibilisieren und die Entscheidung rechtzeitig in die Wege zu leiten. Es werden dazu viele Möglichkeiten aufgezeigt und Entscheidungshilfen für den richtigen Weg gegeben. Außerdem werden mit Beispielen aus der Praxis Lösungsvorschläge aufgezeigt und es wird ein „Fahrplan“ für die Umsetzung der Nachfolgeregelung besprochen.



## V6. BAUERN-BASHING – NGO´S ATTACKIEREN DIE LANDWIRTSCHAFT WIE NGO´S MIT MOBBING EINE MENGE GELD VERDIENEN.

### Inhalt:

---

Non-Government-Organisations (NGOs) prägen die öffentliche Meinung und üben damit einen großen Einfluss auf die Politik, Unternehmen und Wirtschaftszweige aus. Sie finanzieren sich überwiegend durch Spenden und öffentliche Zuschüsse.

Gerade im Bereich der Landwirtschaft gibt es in Deutschland über 100 NGO´s die Meinung machen. Die meisten davon verdienen ihre Spendengelder durch ständige Angriffe auf die Bauern. NGO´s handeln nicht selbstlos und altruistisch und wollen nicht nur öffentliche Interessen aufzeigen und wahrnehmen. Bauern-Bashing ist ein Geschäftsmodell, es ist „in“ und bringt den Organisationen eine Menge Geld.

Landwirte fühlen sich in die Ecke gestellt – sie werden gemobbt.

### Vortragsgliederung:

---

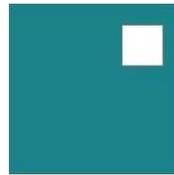
- 90 NGOs fordern eine andere Landwirtschaft
- Die Macht der NGOs im Agrarbereich
- Wie machen NGO Meinung?
- NGO Bauernmobbing – Ursachen und Gegenstrategien

### Ziel:

---

Der Einfluss der NGO´s im Agrar- und Umweltbereich und deren Hintergründe und Arbeitsweisen werden aufgezeigt und dargestellt.

Mögliche Gegenstrategien landwirtschaftsnaher Organisationen und Verbände, sowie einzelner Landwirte werden skizziert.



## V7. MARKT - WIR WISSEN, DASS ES ZU WENIG IST, HERVORRAGEND ZU PRODUZIEREN

### DIE CHANCEN UND RISIKEN FÜR UNTERNEHMEN AUF DEM WELTMARKT

#### Inhalt:

---

Die Märkte ändern sich und die Landwirtschaft muss sich diesen Anforderungen stellen. Aber nicht nur die landwirtschaftlichen Betriebe und die Produktion muss sich diesen veränderten Bedingungen anpassen, auch die Bauern und Bäuerinnen sollen mit dieser Entwicklung Schritt halten.

#### Vortragsgliederung:

---

Was wissen wir über Märkte und wer beeinflusst sie?

Der landwirtschaftliche Betrieb als Marktteilnehmer

    Mögliche Zukunftsstrategien

Wir alle als Marktteilnehmer

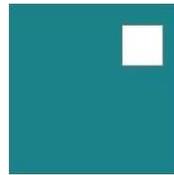
    Wer beeinflusst uns wie und warum?

    Wie können wir unserer Verantwortung als Produzent und Verbraucher gerecht werden?

#### Ziel:

---

Märkte entwickeln sich weltweit, daher ist auch der „Weltmarkt“ der Maßstab für Unternehmen. In diesem Vortrag wird aufgezeigt, dass gerade in der Landwirtschaft dies schädlich für die Bauern, für unsere landwirtschaftlichen Betriebe und damit für unsere Natur und unsere Kulturlandschaft ist. Immer mehr und immer günstiger geht auf Dauer nicht.



## V8. LÄUFT IHNEN DIE ZEIT DAVON – ODER SIND SIE SCHNELLER?

DER UNTERNEHMERISCHE DRUCK AUF DIE BAUERN WÄCHST – JETZT HEISST ES SCHNELLER SEIN ALS DIE ANDEREN – ODER?

### *HINTERGRUND:*

---

Mit dem betrieblichen Wachstum wächst oft auch der Druck auf den Unternehmen. Die Zeit wird knapp. Viele versuchen dann „schneller zu laufen“. Dabei haben alle Menschen gleich viel Zeit zur Verfügung: egal ob Elon Musk, Markus Söder oder Angela Merkel. Jeder hat 168 Stunden pro Woche. Zeit ist die einzige Ressource, die allen Menschen auf der ganzen Welt in exakt gleichem Umfang zur Verfügung steht -von der Lebenszeit mal abgesehen.

Das gilt allerdings nicht für die Kraft und die Energie mit der man lebt. Der eine ist voller Tatendrang. Der andere hängt schlaff in der Ecke. Energie variiert. Nicht nur zwischen Menschen, sondern auch bei ein und demselben Menschen. An manchen Tagen strotzen wir vor Kraft und Motivation. An anderen Tagen geht gar nichts.

Die gute Nachricht: Im Gegensatz zur Ressource Zeit können wir die Schwerpunkte verändern und unser Energielevel beeinflussen. Es ist daher Zeit, den Blickwinkel zu wechseln: weg vom Zeitmanagement, hin zum Setzen von Schwerpunkten und einem bewussten Energiemanagement.

10

---

### *INHALTE:*

---

Wie aber findet man den „richtigen“ Weg, seine persönlichen Schwerpunkte und wie kann man seine Energie erhöhen – und die vorhandene gut nutzen? Das könnten z.B. folgende Punkte sein:

- Das „Mehr ist besser“-Mantra hinterfragen
- Sprinten statt Marathon laufen
- Leistungs- und Erholungsphasen bewusst nutzen
- Energie tanken durch Rituale
- Niemals den Schlaf opfern, um zu arbeiten

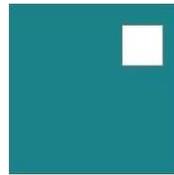
Bei diesem Vortrag werden betriebliche und persönliche Ziele vorgestellt, bewusst gemacht und Alternativen dargestellt.

Den Teilnehmern werden unternehmerische Alternativen für ihr eigenes Unternehmen aufgezeigt und Umsetzungswege erarbeitet.

### *ZIELE:*

---

Den Teilnehmer sollen betriebliche und persönliche Alternativen aufgezeigt werden.



## V9. DIGITALISIERUNG IN DER LANDWIRTSCHAFT -VOM BÜRO BIS ZUM FELD UND IN DEN STALL.

EIN ÜBERBLICK DER MÖGLICHKEITEN UND DEN ZUSÄTZLICHEN NUTZEN FÜR DEN  
LANDWIRT

### *HINTERGRUND:*

---

Die Digitalisierung schreitet unaufhörlich voran und hat bereits in vielen Ställen und auf unseren Feldern Einzug gehalten.

Jeder Landwirt wird früher oder später vor die Entscheidung gestellt, wie und in welchem Umfang er sich „modernisiert“.

### *INHALTE:*

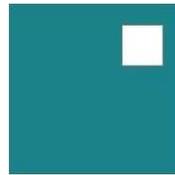
---

Im Vortrag soll der aktuelle Entwicklungsstand im Bereich Agrardigitalisierung vorgestellt werden. Chancen und Risiken werden dargestellt und versucht eine wirtschaftliche Bewertung durchzuführen.

### *ZIELE:*

---

Den Teilnehmer sollen Möglichkeiten für seine digitale Entwicklung aufgezeigt werden und gleichzeitig Entscheidungshilfen gegeben werden.



## V10. KRISENMANAGEMENT

EINE KRISE FOLGT DER NÄCHSTEN. CORONA, ENERGIE, EINWANDERUNG, KRIEGE, FINANZEN USW. WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DAS AUF UNS LANDWIRTE UND WIE KÖNNEN WIR DARAUFG REAGIEREN?

### *HINTERGRUND:*

---

Eine Krise folgt nach der nächsten. Viele Landwirte und Unternehmer sind davon betroffen. Persönliche, familiäre und betriebliche Krisen können einen Betrieb gefährden. Noch existenzieller können aber externe Krisen ein Unternehmen bedrohen. Deshalb ist es wichtig sich und das Unternehmen auf möglichst viele Szenarien einzustellen und vorzubereiten.

### *INHALTE:*

---

Im Vortrag werden die unterschiedlichsten – externen - Krisenszenarien angesprochen und mögliche Auswirkungen auf das Unternehmen dargestellt. Es werden aber jeweils auch Lösungsansätze aufgezeigt, so dass die Zuhörer auch persönliche Strategien entwickeln können.

### *ZIELE:*

---

Unternehmer sollen für mögliche Krisen sensibilisiert und in die Lage versetzt werden, sich darauf vorzubereiten. Wichtig ist bei diesem Vortrag, dass Krisen nicht nur negativ bewertet werden, sondern für den Unternehmer der darauf vorbereitet ist, auch erhebliche Chancen bieten.

### **Anmerkung:**

Wir können in einem persönlichen Gespräch gerne auch noch eine inhaltliche Feinjustierung vornehmen.

*Sie wünschen einen Vortrag für eine spezielle Zielgruppe?*

*Kein Problem, sprechen Sie mich an – wir finden eine geeignete Thematik.*