

Heu machen aus Berufung

*Innovatives Betriebskonzept
zum Erhalt der Artenvielfalt*

Heinrich Meusel, HEU-HEINRICH ®

1

Kurzportrait

- ▶ Heinrich Meusel, geboren in Friedrichshöhe Thüringer Wald
- ▶ Ausbildung zum Landwirt und Forstfacharbeiter an der landwirtschaftlichen Fachschule Tamsweg (Österreich)
- ▶ Betriebswirtsstudium in Erfurt, Schwerpunkt Marketing
- ▶ Unternehmensgründung 2007 mit 18 Jahren



2

Naturpark Thüringer Wald

- ca. 220.000ha Verbandsgebiet über 7 Landkreise und 2 kreisfreie Städte
 - 12 Naturpark-Informationen
 - 43 Naturschutzgebiete und 2 Landschaftsschutzgebiete
 - Biosphärenreservat Vessertal liegt im Verbandsgebiet
 - Naturpark Thüringer Wald e.V.
Landschaftspflegeverband Thüringer Wald e.V.
Förderstiftung Thüringer Wald e.V.
mit Sitz in Friedrichshöhe betreuen gemeinsam das Verbandsgebiet
- ▶ Gesamtgrünland: ca. 27.500 ha
auf 10.500 Feldstücke - durchschnittlich 2,62 ha
 - ▶ davon: ca. 22.000 ha in Ungunstlagen (80%)
ca. 7.700 ha in Steilhanglagen (28%)
ca. 9.300 ha wertvolle Bergwiesen (34%)



3

Thüringer Bergwiesen

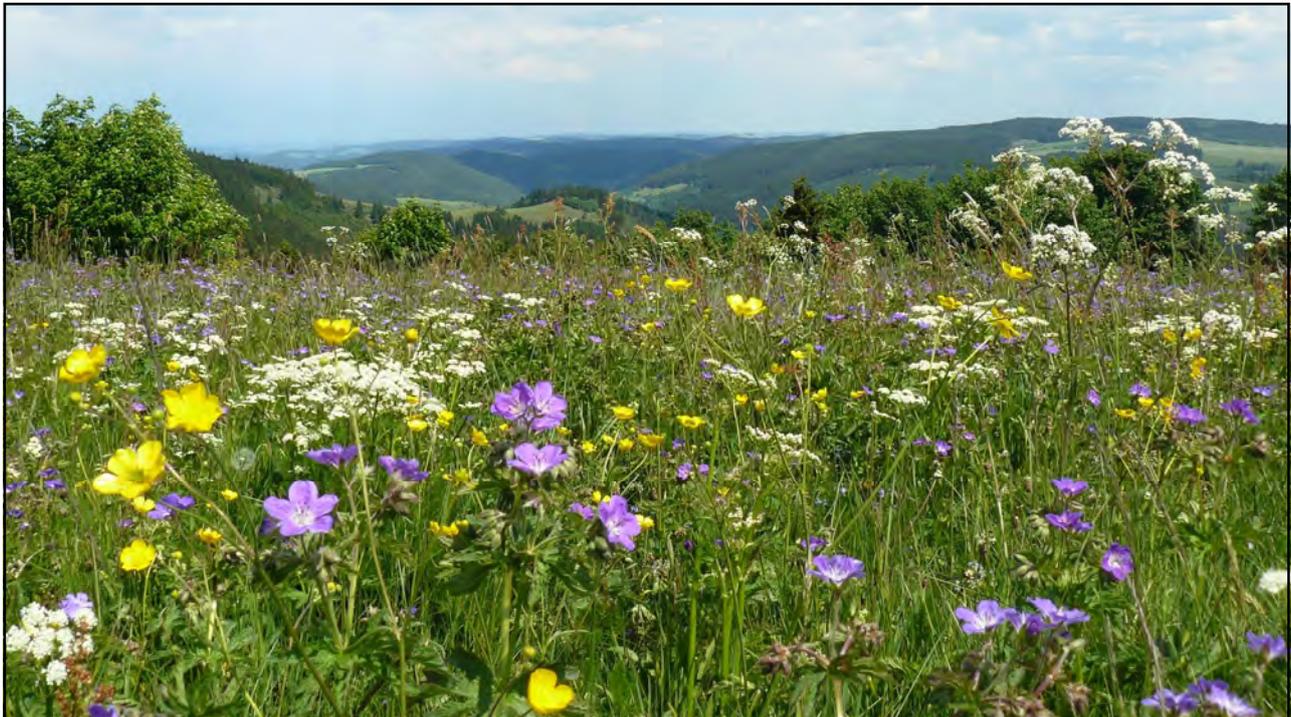
- ▶ ca. 9.300 ha der Bergwiesen des Naturparks Thüringer Wald sind mit einer sehr hohen schutzwürdigen Biodiversität ausgestattet
- ▶ Höhenlage ab 700 - 950m ü. NN
- ▶ mit 220 - 300 Pflanzenarten eine außerordentliche Vielfalt
- ▶ ca. 60-70 % natürlicher Kräuteranteil- bekannt durch Buckelapotheker
- ▶ Mischung aus Gräsern und Kräutern



4



5



6

Bewirtschaftung zu Zeiten der DDR

- ▶ Intensivierung der Flächen
- ▶ Grünlandumbruch bis in den Bergregion und Neuansaat z.B. Knautgras
- ▶ intensive Beweidung oder Mahd für Silo
- ▶ Heu wurde vereinzelt zu Gesundheitszwecken eingesetzt, Spezialheu bei Heilung und Kälbergeburten



7

Bewirtschaftung zu Zeiten nach der Wende

- ▶ nicht mehr wirtschaftlich nach der Wende und sehr mühsam
- ▶ hoher Kostendruck bei LPG (landwirtschaftlichen Produktionsgenossenschaften) Nachfolgebetrieben
- ▶ Wiesen wurden nur noch für Naturschutz gemäht und wenig genutzt
- ▶ Erntegut wurde nicht wirtschaftlich eingesetzt
- ▶ ABM (Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen) für Naturschutz, war zu teuer
- ▶ extensive und traditionelle Bewirtschaftung muss aufrecht erhalten werden - sonst droht nach Nutzungsauffassung eine Verwaldung

Das brachte mich auf eine Idee...

8



9

Futtermittelanalyse

Wofür ist das kräuterreiche Heu geeignet?

► VORTEILE

kräuterreich und besonders gesund
 hoher Rohfaseranteil
 wichtige Mineralstoffe wie Kalzium und Phosphor
 wertvolle Proteine

► NACHTEILE

wenig Energie
 wenig Eiweiß
 Ungunst lagen
 zu wenig Kleinlandwirte

Beispiel Futtermittelanalyse Bergwiesen Heu:

Parameter	Ergebnis Originalsubstanz
Trockensubstanz	90,2%
Feuchte	9,5%
Rohasche	4,7%
Rohprotein	7,9%
Rohfaser	25,3%
Rohfett	1,8%

10

Das werden meine neuen Kunden



11

Gründung eines Bio-Spezialbetriebes

„Abpackung des ideal geeigneten kräuterreichen Bio-Bergwiesen-Heus für den Kleintiermarkt“

- Marktanalyse und Potentialabschätzung
- Erstellung eines Business-Plans
- Flächenverfügbarkeit prüfen und Flächen sichern
- Mehrwert-Generierung durch Bio-Zertifizierung
- Gründung eines 100% Bio-Betriebes:



12

Chancen und Risiken in der Vermarktung

Chancen

- wertvolle Bergwiesen ohne Bewirtschaftung
- sehr gute Kräuterezusammensetzung
- attraktive Wohnlage
- Nähe zur Familie
- geringe Grundstücks- und Immobilienpreise

Risiken

- niedriger Ertragsstandort
- lange Winter
- kostenintensive Spezialfahrzeuge
- hohe Investitionen (kein Hof vorhanden)
- zunehmende Trockenheit
- hohe Markteinstiegshürden
- harte Preisverhandlungen

13

Erster Absatz und Produktentwicklung

- nach Türcklinken putzen und harten Verhandlungen konnten erste Kaufverträge mit dem Großhandel geschlossen werden
- es wurde deutlich, dass zusätzlich zum Bio-Kräuterheu ein weiteres Produkt als Einstreu vom Handel nachgefragt wurde
- Bio-Stroh wurde mit in die Vermarktung genommen
- Kaufland und tegut... wurden die ersten regionalen Handelspartner
- Vitakraft vermarktet nur unter ihrer Eigenmarke - Private Label HEU-HEINRICH® übernimmt die Verpackung der Bio-Variante mit dem Tütenhinweis „aus dem Naturpark Thüringer Wald“



14

Bilder von meinen Anfängen



Produktpräsentation



Messebesuche



Erste Verträge



Werbefoto

15

Weiterentwicklung des Betriebes

Die Prozesskette von der Ernte über Lagerung, Abpackung, Logistik sowie die Produktentwicklung und Vermarktung wurde stetig weiterentwickelt

Finanzielle Mittel wurde immer wieder investiert, um die Betriebsentwicklung voranzutreiben

Trends wurden beachtet und immer am Puls der Zeit versucht umzusetzen- neue Absatzwege wurden geöffnet und beworben

ständige Flächensicherung durch Kauf oder Pacht um Kapazitäten zu sichern - enorm wichtig beim Großhandel!

Investitionen in moderne Technik

16

Die Heugewinnung war
nicht mehr ausreichend
für eine
Wirtschaftlichkeit
LÖSUNG:
DIVERSIFIZIERUNG

17

.. die landwirtschaftlichen Maschinen müssen
ganzjährig wirtschaftlich genutzt werden



18

Der HEU HEINRICH muss ein Ganzjahresbetrieb werden

HEU-HEINRICH® Landschaftspflege- und Agrarbetrieb Landwirtschaft

- Landwirtschaftstechnik
- Abpackungsanlage
- Heu-Ernte
- produziert Produkte
- Verkauft von Produkten an Vertriebs GmbH
- 100% Bio-Betrieb
- 4 Mitarbeiter

HEU-HEINRICH® Landschaftspflege- und Forstbetrieb Forstwirtschaft

- Forstwirtschaftstechnik
- Stromtrassenpflege
- Winterdienst
- Naturschutzprojekte
- A & E Maßnahmen
- 14 Mitarbeiter

HEU-HEINRICH® GmbH & Co. KG Vermarktung und Vertrieb

- Vermarktungsaufgaben
- Groß- und Einzelhandel
- Betrieb Online-Vermarktung
- Lager und Logistik
- Produktentwicklung
- Wareneinkauf
- Verpackungsdisposition
- 100% Bio-Betrieb
- 8 Mitarbeiter

19

Spezialisierung - was können wir besonders gut?



20

Erweiterung des Produktportfolios mit Fokus auf regionale Herkunft und Diversifizierung

- ▶ Stroh
bestes BIO-Stroh aus dem Thüringer Becken
aus ökologischer Landwirtschaft
- ▶ Kleintierstreu
reines Naturprodukt
weiche naturbelassene Späne
das Beste aus ausgesuchten, heimischen und
unbehandeltem Restholz aus Thüringen
- ▶ Naturkosmetik
direkt aus meinen kräuterreichen
Heublumen hergestellt
Produktion in Rudolstadt
(Thüringen)
regionale Glasverpackung
- ▶ Heubad
4 Heubetten in meinem Ferienhaus Arnika
Relaxen in frisch vorgedampften
Bergwiesenheu im gewärmten Heubett
Entspannung für Körper und Seele

21



22



HEU-HEINRICH

Naturkosmetik

ab 2013 wurde an der Entwicklung einer ganzheitlichen Wellness- Anwendung für Hotels / SPA's gearbeitet

die Interessenbekundungen potentieller Anwender steigen stetig, prominentester Kunde ist das Königshaus von Marokko

sehr zukunftsweisend ist die Weiterentwicklung der Wellness-Produkte auf Basis von BIO-Kräuterheublumen

mit dem Bio-Kräuterheubad kann jeder Privatanwender zuhause ein eigenes Heubad machen und durch die Kraft der Kräuter seine Gesundheit sowie sein Wohlbefinden stärken

23



24



25



26



Weitere Produkte im GALA Bau

Heu als Garten- und
Landschaftsbaustoff

Spezialverfahren für Hangsicherung
und Erosionsschutz

bei Trockenheit und besonderer
Gefährdung zusätzliche
Heublumenansaat möglich

naturnahe Begrünung mit
autochthonem Saatgut steigert die
Biodiversität

27



28



Erweiterung und Ausbau Nagetierheu

Zusammenarbeit von Heu-Erzeugern

Gemeinsame Vermarktung durch Ausbau der bestehenden Marke HEU-HEINRICH®

Produktentwicklung, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen, Schulungen, Qualifizierung Landwirte

Definierte Qualitätsregeln und überdurchschnittliche Heupreise für die Erzeuger

Zielstellung: Ausweitung der ökologischen Grünlandbewirtschaftung durch aktive Marktbearbeitung und Absatzsteigerung

29

Marketing und Vertrieb

Ein facettenreiches Marketing ist für den Vertrieb enorm wichtig!

<p>TV-Beiträge und Reportagen (z.B. MDR, RBB, ARD)</p> <p>- angefragt haben bereits „Sendung mit der Maus“ und „Galileo“</p>	<p>Pressebeiträge und Werbeanzeigen in Fachzeitschriften</p>	<p>Schaffung einer repräsentativen „Bergwiesenkönigin“ als persönliche Botschafterin für den Naturpark Thüringer Wald</p>
<p>Messeteilnahmen (z.B. Grüne Woche Berlin, Agra Leipzig, Interzoo, Grüne Tage Thüringen) sowie Ausstellung bei regionalen Festen</p>	<p>Durchführung von öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen (z.B. Bergwiesenfest oder den Handsensen-Mahdwettbewerb)</p>	<p>Facebook-Werbeanzeigen, Google-Adwords, Amazon Werbeanzeigen, etc.</p>

30

Beispiele:



Markenbotschafterin
„Bergwiesenkönigin“



Bergwiesenfest



LKW Branding

31



Messe Interzoo



mdr Beitrag



social media
Facebook, Instagram
LinkedIn

32



**Mitglied
Demonstrationsbetriebe
Ökologischer Landbau**

Hofführungen für Gruppen
Vorträge

... und Schulklassen im Rahmen schulischer Projekte zum Thema „Diversifizierung in der Landwirtschaft“



33

Öffentlichkeitsarbeit
Zeitungsartikel und Anzeigen

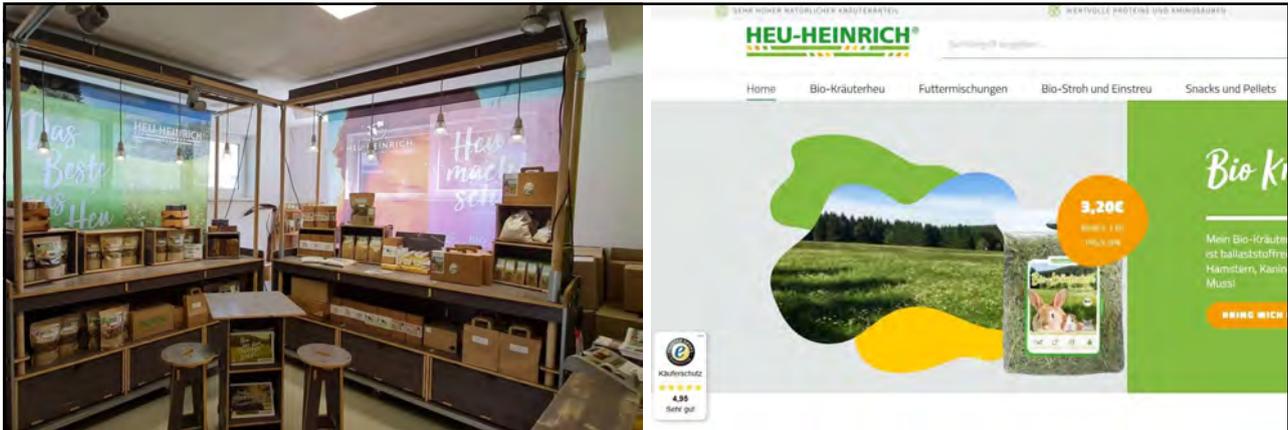


- ▶ in regionaler Presse
 - „Freies Wort“ Südthüringen
 - Thüringen Magazin
 - Naturparkbote
 - BILD Thüringen
- ▶ in Fachpresse
 - Bauernzeitung
 - top agrar
 - Ökoherz
 - Land in Form
 - zza (zoologischer zentral anzeiger)
 - Das Branchenforum
 - Agrar heute





34



Onlinevertrieb & Hofladen

35



36

HEU-HEINRICH 2.0



37



38

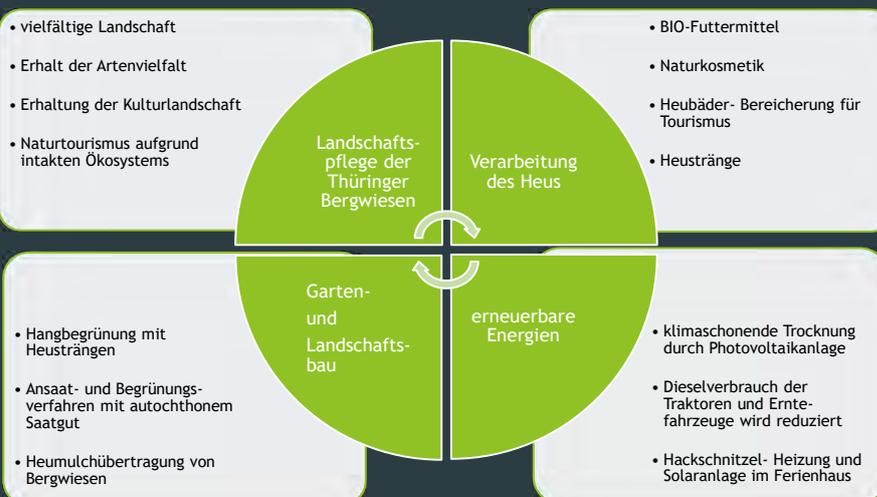
Steigerung der Biodiversität durch gezieltes Marketing und Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit



- ▶ hohe Aufmerksamkeit über die Region hinaus
- ▶ Umdenken in den Köpfen zur Verwertung natürlicher Ressourcen
- ▶ Bewusstsein schaffen, um Verhaltensänderungen herbeizuführen
- ▶ Ressourcen für den Schutz und die Förderung der biologischen Vielfalt mobilisieren
- ▶ Werbung mit biodiversitätsfreundlicher Landwirtschaft

39

Biodiversität dient der Gemeinwohlsteigerung



40

Wir müssen für hohe Biodiversität mehr Ideen umsetzen und unterstützen

Beispiele:

- ▶ **KRÄUTER** - zum Kochen oder Herstellung von Tee
- ▶ Anbau alter **GETREIDESORTEN** - widerstandsfähiger gegen KrankheitenLokale
- ▶ **GEMÜSESORTEN** - fördern genetische Vielfalt
- ▶ Haltung traditioneller, robuster **TIERRASSEN** - Anpassung an die lokalen Umweltbedingungen
- ▶ **STREUOBSTWIESEN** - fördern hohe Vielfalt an Insekten und Pflanzen
- ▶ **MOLKEREIEN** - regionale Verarbeitung fördert nachhaltige Wirtschaftskreisläufe

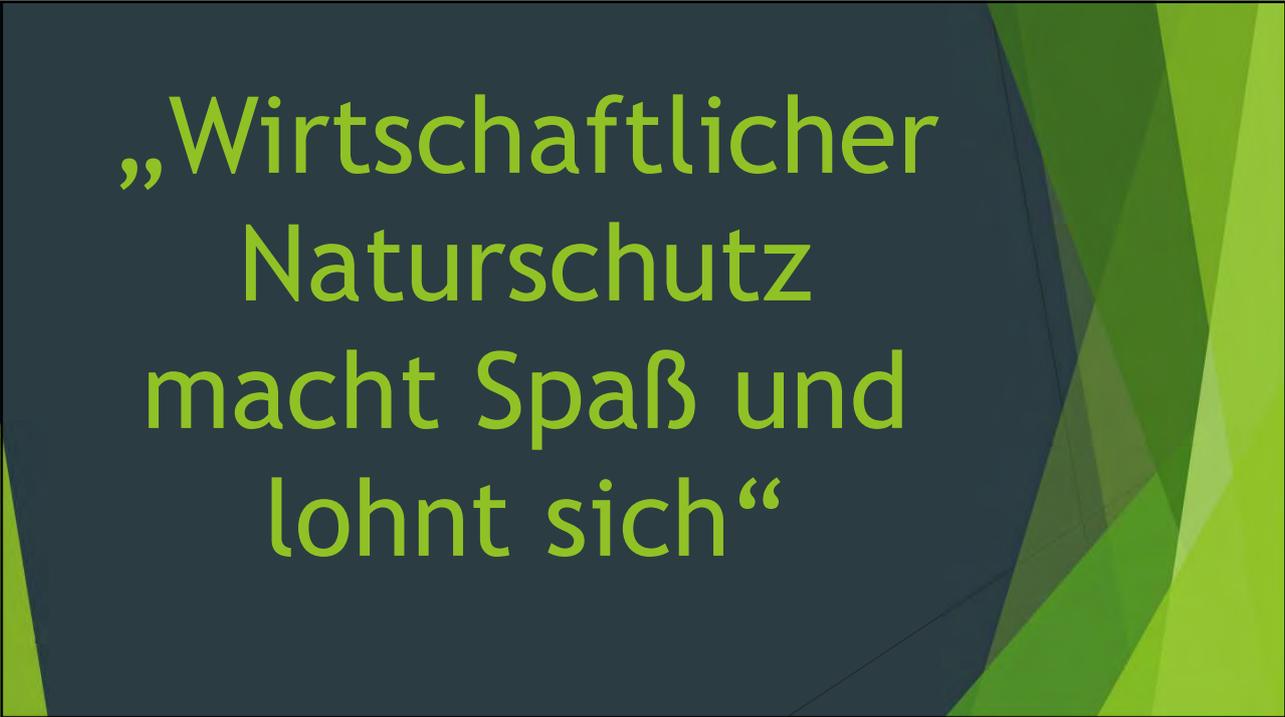
41

Durch die Verknüpfung von Medien, Bildung, Politik und Wirtschaft lassen sich nachhaltige Veränderungen und gesellschaftliche Unterstützung von Biodiversitätsprojekten erreichen.

Es liegt an uns regionale Produkte zu kaufen, zu fördern und zu produzieren.

Dadurch schaffen wir für alle einen Mehrwert aus dem sich Diversität finanziert.

42



„Wirtschaftlicher
Naturschutz
macht Spaß und
lohnt sich“

43



Vielen Dank für
Ihre
Aufmerksamkeit

44