

## Projekt: DigiGut Digitale Planungs-, Vermarktungs- und Monitoringplattform für sächsische Direktvermarkter (DigiGUT)

### Ausgangslage und Zielsetzung

Die Digitalisierung in landwirtschaftlichen Unternehmen mit Direktvermarktung hat bisher aufgrund der Komplexität der Datenströme nur in geringem Maße stattgefunden. Die entstehenden Chancen zur Optimierung der Prozess- und Lieferketten sind weder ausreichend bekannt noch ausgeschöpft. Es fehlen innovative und praxisnahe Lösungen für die landwirtschaftlichen Produktions- und Vermarktungsprozesse. Im Rahmen des Pilotprojekts sollen bestehende Produktions-, Vermarktungs- und Logistikprozesse sowie deren verknüpfende Strukturen entlang der Wertschöpfungskette der beteiligten landwirtschaftlichen Unternehmen und ihrer Direktvermarktungen analysiert und innovative Optimierungslösungen unter Nutzung digitaler Transformationsprozesse entwickelt werden. Ziel war es, sächsische Direktvermarkter als eigenständige Unternehmen innerhalb DigiGUT der Version 0.9 zu vereinen.

### Projektdurchführung

Im Pilotprojekt wurden direktvermarktende Betriebe als Ausgangspunkt gewählt. Diese bestimmten durch ihre betriebseigenen Analysen und prototypischen Erprobungen die Entwicklungsarbeit des Technik- und Marketingteams. Unterstützt wurde die Errichtung einer innovativ-digitalen Planungs-, Vermarktungs- und Monitoring-Plattform in der Version 0.9 für das Management der regionalen Vermarktungsaktivitäten sächsischer Direktvermarkter sowie die Errichtung der dazu notwendigen Organisationsstrukturen und Abläufe zur Stärkung der landwirtschaftlichen Produktivität und Nachhaltigkeit durch Berater und Forscher aus der Landwirtschaft sowie vor- und nachgelagerter Bereiche. Bei bisherigen Projekten kommen die tragenden Akteure aus anderen Hintergründen (z.B. IT- oder Marketingfachleute, Kommunen, Verwaltung), um nach der Einführung ihre Systeme weiter zu vermarkten. Landwirtschaftliche Erzeuger sind meist eingebundene Zielgruppen, welche nicht das Primat haben. Im geplanten Pilotprojekt handelte es sich um eine soziale Innovation, da die Motoren und Akteure die landwirtschaftlichen Erzeuger selbst waren.

### Ergebnisse

Auf dem Weg zu DigiGUT 0.9 wurden Prozessabläufe in den einzelnen Betrieben untersucht und verbessert. Neben der Kooperation in der gemeinsamen Vermarktung von Produkten der Einzelbetriebe konnten Ansätze zur Kooperation in der Verarbeitung identifiziert und umgesetzt werden. Wesentliche Fortschritte wurden in der Entwicklung einer innovativen, digitalen Plattform zur Optimierung der Produktions-, Vermarktungs- und Logistikprozesse für landwirtschaftliche Direktvermarkter erzielt. Die teilnehmenden Betriebe konnten durch eine verbesserte Zusammenarbeit sowie die Einbindung digital rückverfolgbarer Wertschöpfungsketten ihre Marktposition stärken. Ebenfalls gelang die prototypische Implementierung eines digitalen Hofladens und eines Marketingkonzepts, das die Transparenz der Produktinformationen erhöht.

**Bundesland:** Freistaat  
Sachsen

**Laufzeit:** 2021-2024

**Thema:** Regionale  
Wertschöpfung

### Hauptverantwortliche

b&s Unternehmensbera-  
tung und Schulung für den  
ländlichen Raum GmbH

Dr. Dieter Heider

Tel: +49 341 4462730

E-Mail:  
dieter.heider@bsleipzig.de

### Mitglieder der Operationellen Gruppe (OG)

- Agrargenossenschaft  
Mehmendorf e.G.
- Agrargenossenschaft  
Löbnitz/Stollberg e.G.
- Agrargenossenschaft  
„Bergland“ Clausnitz e.G.
- Landgut Nemt GmbH
- Genießergenossenschaft  
Sachsen eG
- ATB Arbeit, Technik und  
Bildung gGmbH
- Mitteldeutsche Agentur für  
Informationsservice  
GmbH
- Sascha Glow

[www.bsleipzig.de](http://www.bsleipzig.de)

[https://www.netzwerk-  
laendlicher-raum.de/eip-  
projekte](https://www.netzwerk-laendlicher-raum.de/eip-projekte)



Die im Rahmen der Analyse erfolgte Beschäftigung mit den Prozessen in den Unternehmen führte bei den Unternehmen zu einer Veränderung des Verständnisses für digitale Prozesse und eine Änderung des Bewusstseins für den eigenen Handlungsbedarf, das gilt auch im Hinblick auf die nötige technische Ausrüstung und die Vernetzung von Informationen. Es wurde ein Lösungsvorschlag für die Datenerfassung und den Datenaustausch für eine Kooperation direktvermarktender Unternehmen entwickelt und in ein Konzept überführt. Mit dem Wissen über verfügbare Informationen und Digitalisierungsgrade wurden Szenarien für eine Integration relevanter Informationen in die Datenbasis von DigiGUT entwickelt. Die Spannweite bewegt sich dabei zwischen der komplett händischen Erfassung bis hin zur automatischen Übernahme über digitale Schnittstellen. Die so zusammengestellten Daten und Informationen lassen sich für Vermarktungs- und Kundenbindungsstrategien je nach Bedarf bündeln und für die definierten Zielgruppen über ausgewählte Kommunikationskanäle bereitstellen.

### Empfehlungen für die Praxis

Die Einführung einer digitalen Planungs-, Vermarktungs- und Monitoringplattform für Direktvermarkter stellt eine anspruchsvolle Maßnahme dar, die in einem Verbund mit mehreren Unternehmen besser umsetzbar ist als für ein Einzelunternehmen. Insbesondere Module zur Stammdatenpflege, Produktinformationsbereitstellung und Shop-Anbindung bieten einen deutlichen Mehrwert. Entscheidend ist eine geringe Einstiegshürde für die Nutzung der Module, die auf bestehende Systeme wie ERP-Software oder Kassensysteme aufsetzen können. Darüber hinaus kann die Nutzung von QR-Codes auf Produktverpackungen für erweiterte Verbraucherinformationen ohne signifikante Mehrkosten umgesetzt werden.

Die vollständige Integration von Daten aus der gesamten Wertschöpfungskette (z. B. Herkunftsnachweise, Verknüpfung verschiedener Softwarelösungen) erfordert erheblichen organisatorischen und technischen Aufwand. Besonders Betriebe mit einem geringen Digitalisierungsgrad oder fehlenden Schnittstellen zwischen eingesetzten Softwareprodukten stellt das vor Herausforderungen. Zudem ist der Aufbau einer einheitlichen Dateninfrastruktur zeit- und kostenintensiv und setzt eine enge Zusammenarbeit mit IT-Dienstleistern voraus.

Damit die Ergebnisse in die Praxis überführt werden können, sind einige Voraussetzungen zu erfüllen: **Personelle und organisatorische Kapazitäten:** Mitarbeitende müssen geschult und in den Entwicklungsprozess eingebunden werden, um Akzeptanz und Kompetenz aufzubauen. **Technische Infrastruktur:** Eine stabile Internetanbindung und moderne IT-Systeme sind essenziell. Zudem sollten Softwarelösungen mit offenen Schnittstellen ausgestattet sein. **Kooperationsbereitschaft:** Die Zusammenarbeit zwischen landwirtschaftlichen Betrieben, Vermarktungspartnern und Logistikern ist entscheidend, um eine transparente Wertschöpfungskette zu etablieren. **Unterstützung durch Förderprogramme:** Finanzielle Förderung kann die Umsetzung erheblich erleichtern, insbesondere bei kostenintensiven Digitalisierungsmaßnahmen.

Die schrittweise Umsetzung, beginnend mit einfach realisierbaren Maßnahmen, wird empfohlen. Gleichzeitig sollte langfristig auf eine vollständige Digitalisierung und Integration aller Prozesse hingearbeitet werden, um die Transparenz und Effizienz in der Direktvermarktung nachhaltig zu steigern.

Schematische Darstellung Datenbereitstellung Informationen zum Produkt über die Stufen der Verarbeitung

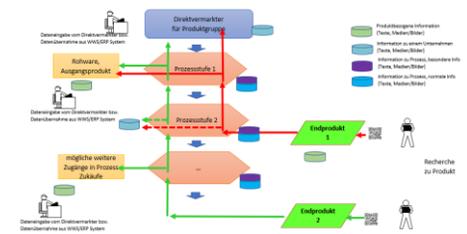


Bild 1: Datenbereitstellung der Information zum Produkt

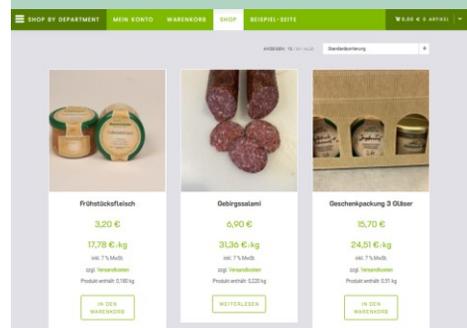


Bild 2 + 3: Beispiele Produktrecherche Quelle DigiGUT Prototyp / Sächsisch-Gut eG

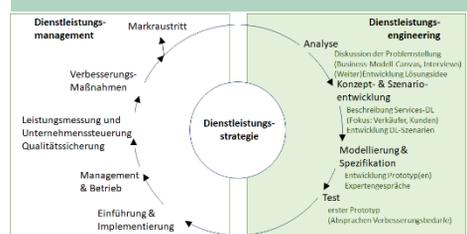


Bild 3: Entwicklung einer Dienstleistungsstrategie im direktvermarktenden landwirtschaftlichen Bereich