

Pressemitteilung

Bäuerliche Direktvermarktung: Qualität boomt

OÖ Direktvermarkter zählen zu den besten Österreichs

Innovation, Ausdauer und kompromisslose Qualitätsentwicklung sowie ein flächendeckendes Beratungs- und Bildungsangebot für die bäuerlichen Betriebe führen zu Höchstleistungen in der heimischen Direktvermarktung. Waren 2010 1.871 bäuerliche Betriebe in der Direktvermarktung tätig, so sind es nun 2.169, die in der Direktvermarkterdatenbank der Landwirtschaftskammer OÖ gelistet sind. Das bedeutet eine Steigerung von knapp 16 Prozent in den vergangenen neun Jahren.

Lebensmittel direkt an Kunden, an Küchen, an Wirte, an den Handel oder an Lebensmittelgroßhändler zu vermarkten ist somit für immer mehr Bauernhöfe eine zukunftsfähige Strategie. 2010 haben rund sieben Prozent aller bäuerlichen Betriebe in OÖ Direktvermarktung betrieben, jetzt sind es rund zehn Prozent. Von den 2.169 Betrieben, die in der Direktvermarkterdatenbank der Landwirtschaftskammer OÖ erfasst sind, wirtschaften 36,4 Prozent biologisch. Insgesamt liegt die Zahl der direkt vermarktenden Betriebe in Oberösterreich bei etwa 3.000.

„Die Nachfrage nach Lebens- und Genussmitteln direkt vom Hof steigt nach wie vor. Bei den Konsumenten liegt es im Trend, wissen zu wollen, wer die Lebensmittel erzeugt und wie diese verarbeitet werden. Die Landwirtschaftskammer arbeitet seit Jahren intensiv daran, das gesellschaftliche Bewusstsein für heimische, qualitätsgeprüfte Lebensmittel zu stärken, unter anderem mit Initiativen wie Schule am Bauernhof oder Kursen der Seminarbäuerinnen für Erwachsene, Jugendliche und Kinder oder der Forderung nach einer konsequenten Herkunftskennzeichnung. Den Konsumenten werden Herkunft, Qualität, Saisonalität und handwerkliche Verarbeitung immer wichtiger. Daher gibt es noch ausreichend Potenzial für Betriebe, die in der Direktvermarktung ein weiteres Standbein finden wollen“, betont Landwirtschaftskammer-Präsident Franz Reisecker.

Produktprämierungen bestätigen die Qualität

Produktprämierungen für bäuerlich produzierte Lebensmittel zeigen, dass die oberösterreichischen Direktvermarkter zu den besten in Österreich zählen. Bei der Ab Hof Messe in Wieselburg holten oberösterreichische Direktvermarkter heuer 24 von 133 Bundessiegen ins Land ob der Enns. Alle zwei Jahre werden vom Agrar.Projekt.Verein in Wien die GenussKronen vergeben und hier konnte Oberösterreich im Vorjahr sechs von 28 Kronen für bäuerliche Produktspezialitäten einheimen.

Produzent des Jahres: Andreas Moser

Besonders hervorzuheben für seine offensive Qualitätsstrategie ist Andreas Moser. Er erhielt innerhalb von fünf Jahren heuer zum dritten Mal bei der Ab Hof-Messe in Wieselburg den angesehenen Titel „Produzent des Jahres“. Dies hat noch kein anderer bäuerlicher Betrieb geschafft. „Prämierungen sind der Motor in der Produktentwicklung und in der Qualitätssteigerung, die letztlich für den besonderen regionalen Genuss sorgen. Deswegen ist es der Landwirtschaftskammer OÖ ein großes Anliegen, dass viele Betriebe an den Prämierungen teilnehmen“, betont Reisecker.

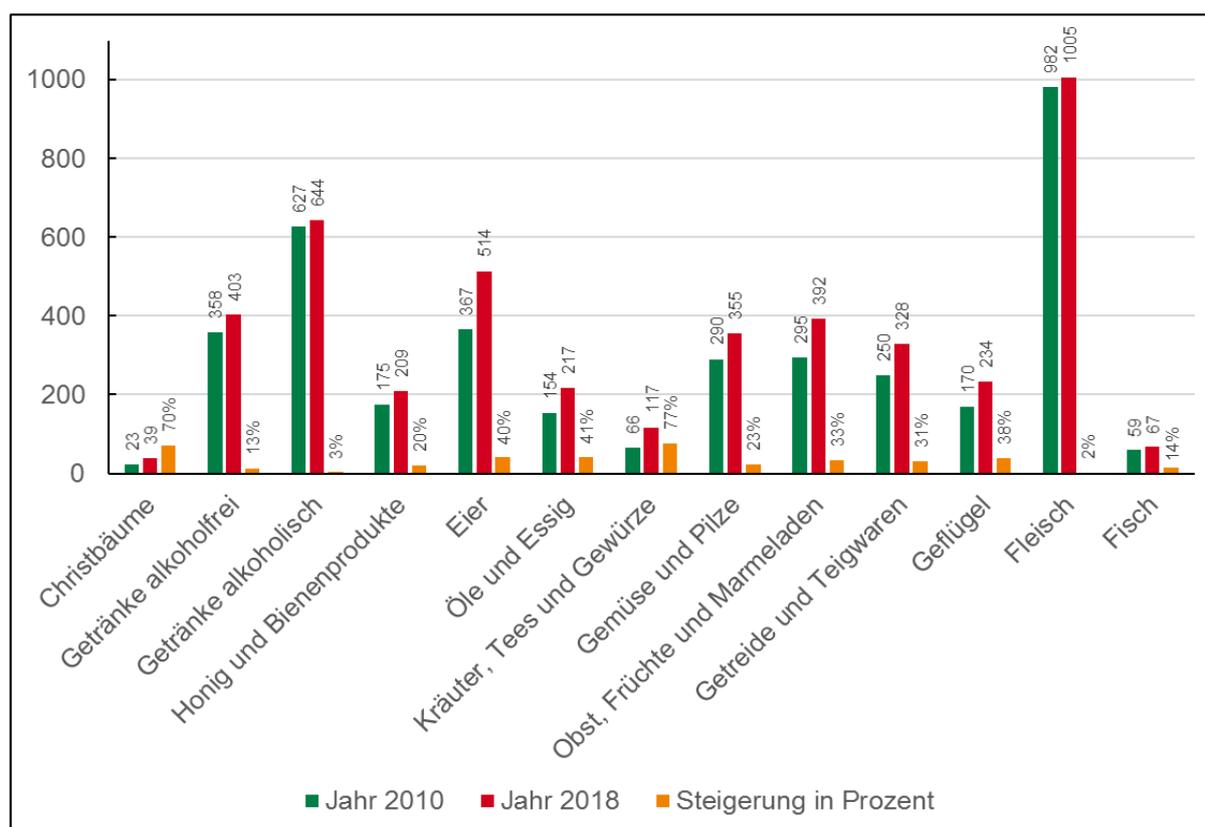
Fleisch und Geflügel sind die führenden Produktgruppen

Mehr als die Hälfte der bäuerlichen Direktvermarkter bieten den Kunden Fleisch, Fleischprodukte (1.005 Betriebe) und Geflügel (234 Betriebe) an. Neben Frischfleisch sind Convenienceprodukte wie Knödel, Aufstriche, Suppeneinlagen oder spezielle Würste und Schinken bei den Kunden besonders begehrt. Es gibt diese Produkte vom Schwein, Rind, Hendl, Pute, Ente, Schaf, Ziege, Wild aber auch vom Zwergzebu oder Wasserbüffel.

Aktuelle Zahlen aus der DV Datenbank – Steigerungen von 2010 bis 2018

Produkt	Jahr 2010	Jahr 2018	Steigerung in %
Christbäume	23	39	70 %
Getränke alkoholfrei	358	403	13 %
Getränke alkoholisch	627	644	3 %
Honig und Bienenprodukte	175	209	20 %
Eier	367	514	40 %
Öle und Essig	154	217	41 %
Kräuter, Tees und Gewürze	66	117	77 %
Gemüse und Pilze	290	355	23 %
Obst, Früchte, Marmeladen	295	392	33 %
Getreide und Teigwaren	250	328	31 %
Geflügel	170	234	38 %
Fleisch	982	1.005	2 %
Fisch	59	67	14 %

Steigerungen gab es in den vergangenen Jahren vor allem bei Kräutern, Tees und Gewürzen (+77 Prozent), bei Christbäumen (+70 Prozent), Ölen und Essigen (+41 Prozent), aber auch Eiern (+40 Prozent), Geflügel (+38 Prozent) sowie bei Obst und Marmeladen (+33 Prozent). Gleich geblieben sind die Anbieter von Milch- und Milchprodukten (415 Betriebe), Brot und Gebäck (269), Backwaren und Mehlspeisen (237) und auch Bauernhofeisen (8). „Manche Direktvermarkter bieten eine sehr breite Produktpalette an, manche konzentrieren sich bewusst auf eine Produktgruppe“, erläutert Reisecker.

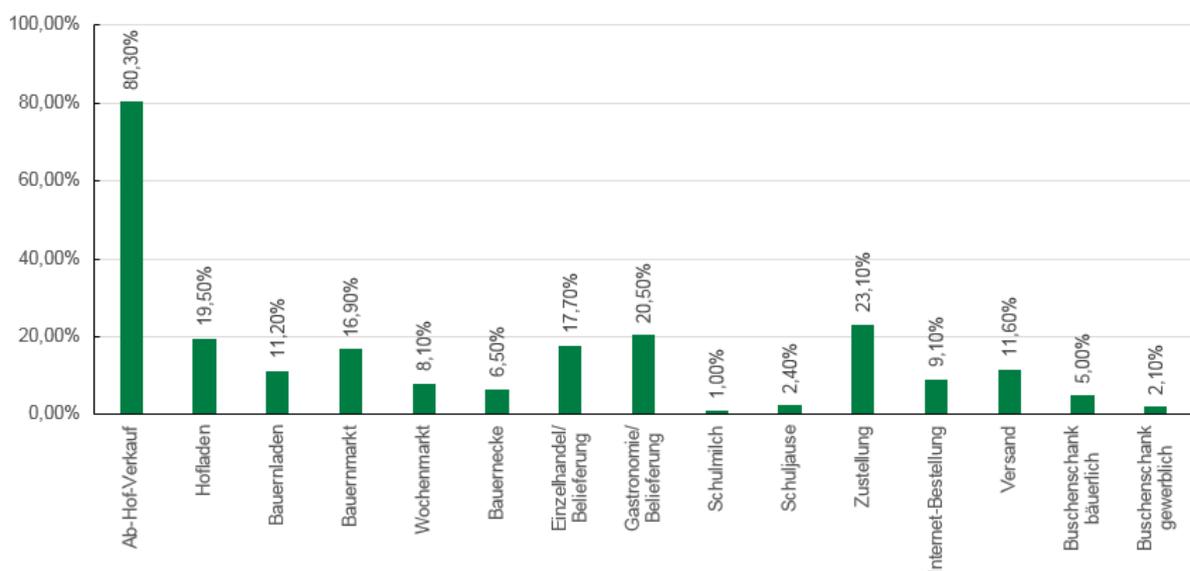


Kunden aus allen Altersgruppen

Marktumfragen und Erhebungen ergeben, dass die Kunden der Direktvermarkter aus allen Altersgruppen kommen. Die Käufer schätzen den direkten Kontakt, die handwerklich verarbeiteten Produkte ohne Zusatzstoffe, das Erlebnis beim Einkauf am Hof oder am Bauernmarkt und das saisonale Angebot. Zielgruppen sind vor allem Ernährungsbewusste, Umweltbewusste, Traditionsbewusste und junge Familien mit Kindern. „Direktvermarkter berichten, dass in den vergangenen Jahren bei der Kundschaft vor allem die Zahl der jungen Leute stark zugenommen hat. Dieser Trend ist äußerst erfreulich, denn er zeigt uns, dass die Jungen auf Qualität und die Vielfalt direkt vom Bauernhof immer mehr Wert legen“, betont Reisecker.

Meist gibt es mehrere Vertriebswege

In der Regel haben die Direktvermarkter mehrere Vertriebswege. 81 Prozent vermarkten ab Hof, an zweiter Stelle steht die Zustellung mit 27 Prozent und der Bauernmarkt ist mit 19 Prozent die dritthäufigste Vermarktungsform. Weitere Verkaufswege sind der Hofladen, der Bauernladen, die Bauernecke im Supermarkt, die Belieferung des Einzelhandels oder auch die Belieferung an die Gastronomie und der Versand. Zehn Prozent der Betriebe erhalten ihre Bestellungen bereits über das Internet. Die rund 60 Bauernmärkte in Oberösterreich sind unter www.gutesvombauernhof.at/Oberoesterreich/Maerkte zu finden und diese sind auf alle Bezirke verteilt.



Gutes vom Bauernhof – die Profis unter den Direktvermarktern

Das Qualitätsprogramm „Gutes vom Bauernhof“, eine Marke der Landwirtschaftskammer Österreich, steht für bäuerliche Lebensmittelproduktion von Höfen, die in Qualität, handwerklicher Verarbeitung, Weiterbildung, Service und Marketing besonders viel investieren. In Oberösterreich sind derzeit 377 Betriebe mit diesem Markenzeichen ausgezeichnet, österreichweit sind es 1.751 Betriebe. Mit dieser Marke werden die Profis unter den Direktvermarktern hervorgehoben. Die Betriebe unterliegen einer externen Kontrolle. Im Internet sind sie unter www.gutesvombauernhof.at zu finden, Angebotspalette, Öffnungszeiten und Prämierungserfolge der einzelnen Betriebe werden dort genau angeführt.



Umfangreiches Schulungsprogramm für Direktvermarkter

Die Landwirtschaftskammer OÖ bietet gemeinsam mit dem Ländlichen Fortbildungsinstitut (LFI) den Betrieben, die zusätzliches Einkommen in der Erwerbskombination mit Direktvermarktung erwirtschaften wollen, ein umfangreiches und flächendeckendes Ausbildungsprogramm: Dazu zählen beispielsweise die Einstiegsberatung, Schulungen zur

Kennzeichnung, Sensorikseminare, Verarbeitungskurse sowie Informationen zu Produktinnovationen und Vertriebswegen.

Kooperationen von Bauern mit Gastwirten und Küchenleitern

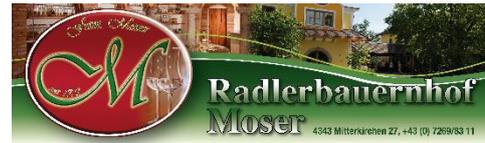
Der Landwirtschaftskammer OÖ ist es ein großes Anliegen, bäuerliche Produzenten mit Abnehmern aus dem Bereich Gemeinschaftsküchen und Gastronomie direkt zusammenzubringen. Unter dem Motto „Regional ist genial“ werden dafür in Kooperation mit der Wirtschaftskammer in den Regionen Messen veranstaltet, die ein Treffpunkt für bäuerliche Produzenten, Köche von Großküchen und Wirte sind. Dort präsentieren Direktvermarkter ihre Produkte und knüpfen Kontakte mit Wirten und Küchenleitern aus der Region.

Ausgehend vom Bezirk Vöcklabruck wurde dieses Konzept in Oberösterreich bisher bereits sechsmal umgesetzt (zweimal in Vöcklabruck, je einmal in Grieskirchen, Wels, Perg und in Adlwang für die Bezirke Kirchdorf und Steyr).

„Unser Ziel ist es, dass Direktvermarkter verstärkt Produkte für die Gastronomie und Großküchen herstellen. Wir haben für unser Projekt auch bereits Nachahmer in Niederösterreich gefunden. Auch in Baden und Mödling wurden unter dem Motto ‚Wirt trifft Bauer‘ bereits solche Messen nach oberösterreichischem Vorbild veranstaltet“, so Reisecker.

Ein Austellerkatalog mit Auflistung der Direktvermarkter, deren Produkten und Lieferbedingungen wird nach der Messe als zentrales, „nachhaltiges Nachschlagewerk“ veröffentlicht.

**Andreas Moser, Landwirt und Direktvermarkter
aus Mitterkirchen, Bezirk Perg**



Freude am Tun führt zum Erfolg

Christine und Andreas Moser punkten mit langjähriger hoher Qualität bei ihren Obstprodukten, in der Mostschank und als Urlaub am Bauernhof Betrieb.

Andreas Moser ist Produzent der Jahre 2015, 2017 und 2019. Dies ist ein absoluter Prämierungsrekord bei der Ab Hof-Messe in Wieselburg.

Vom gelernten Glaser zum Top Produzenten

Der Radlerbauernhof liegt nur 300 Meter neben dem Donauradweg Passau-Wien, am Ortsrand von Mitterkirchen im Machland in Oberösterreich, in ruhiger Lage.

Eckdaten zum Betrieb Moser vulgo Radlerbauernhof www.radlerbauernhof-moser.at

Betriebszweige:

- gewerblicher Mostschank
- gewerbliche Vermietung mit Spezialisierung auf einen Radlerbauernhof
- Obstveredelung zu Mosten, Cider, Säften, Likören und Edelbränden
- Weinbau seit 2014
- Ackerbau (Dinkel, Gerste, Mais), Grünland inkl. zwei Hektar Streuobstwiesen



Seit 1994: Urlaub am Bauernhof, der Betrieb ist mit 4 Blumen ausgezeichnet und spezialisiert als Radlerbauernhof

Bis 2002: Rinder- und Milchwirtschaft, derzeit noch einige Ziegen.

2003: Betriebsübernahme von den Eltern von Andreas Moser

2006: Eröffnung des Mostschanks

Andreas Moser legt Konzessionsprüfungen ab und seit diesem Zeitpunkt werden die Mostschank und Urlaub am Bauernhof als Gewerbebetrieb geführt.

Christine und Andreas Moser „durchleuchten“ ihre Faktoren

Den Betrieb beleuchten - die „inneren Faktoren“ aus Betriebssicht

Stärken

In welchen Bereichen ist unser Unternehmen besonders gut? Hat unser Unternehmen die Stärken, um seine Chance zu nutzen?

+ positive Einstellung – Freude am Tun

+ langjährige Berufserfahrung

+ qualitativ hochwertige Produkte

+ Direktvermarktung gut aufgestellt

+ Von der Produktion bis zum Kunden – alles in unserem Betrieb vereint

+ Vielseitiger Betrieb, mit vielen Bereichen, daher gut abgedeckt

Chancen beleuchten - externe Faktoren (Umweltanalyse) aus Betriebssicht

Chancen: Was lässt sich ausbauen und bietet eine Perspektive? Hat unser Unternehmen Stärken, um seine Risiken zu bewältigen?

+ Gäste wollen wieder mehr regionale, qualitativ hochwertige Produkte & Selbstgemachtes

+ Österreich ist ein schönes, sauberes und sicheres Urlaubsland, das wird sehr geschätzt

+ Vielfalt auf höchster Qualität

+ langsames Wachstum – Familienbetrieb bleiben

+ Internetverkauf

Die Betriebsgröße sollte so gehalten werden, dass sie noch überschaubar ist. Durch die neuen Buchhaltungssysteme behält man einen sehr guten Überblick über die Geschehnisse und Entwicklungen des Betriebes, sowie auch das Einkaufsverhalten der Urlaubsgäste. Das Einkommen teilt sich zu je einem Drittel auf die drei Hauptbereiche auf: Urlaub am Bauernhof, Mostschank, Direktvermarktung mit Ab Hof Verkauf. Der Vorteil: Gibt es in einem Bereich Einkommenseinbußen, so kann dies durch einen anderen Bereich kompensiert werden.

„Ich übe meinen Beruf mit großer Freude aus. Noch mehr Freude bereitet es mir, dass alle zusammenhelfen und wir dabei als große Familie viel Zeit miteinander verbringen können“, betont Andreas Moser.

„Es ist unglaublich, wir können es selbst noch gar nicht fassen, dass wir nach 2015 und 2017 nun zum dritten Mal Produzent des Jahres geworden sind. Diese großartige Auszeichnung ist für uns eine Bestätigung unserer intensiven Arbeit mit den Früchten. Das gute Klima entlang der Donau lässt unser Streuobst gut wachsen und reifen. Heuer ist es uns besonders gut gelungen, das Aroma, den Duft und den Geschmack der alten Sorten in das Glas zu bringen, was jedes Jahr wieder eine Herausforderung ist. Uns ist es wichtig, immer etwas Neues auszuprobieren, um den Gästen in unserer Mostschank die vielfältigen Geschmacksrichtungen der Natur nahe zu bringen. Auch die Urlaubsgäste vom Donauradweg schätzen unsere qualitativ hochwertigen Spezialitäten sehr“, sind sich Andreas und Christine Moser einig.



Christine und Andreas Moser aus Mitterkirchen wurden heuer zum dritten Mal als Produzenten des Jahres ausgezeichnet. Bildnachweis: Foto_Sabine, Abdruck honorarfrei



*Die ausgezeichneten
Direktvermarkter (v.r.) Andreas
und Christine Moser mit LK-
Präsident ÖR Ing. Franz
Reisecker.
Bildnachweis: LK OÖ, Abdruck
honorarfrei*

Kontakt bei Rückfragen: Mag. Maria Dachs,
Tel +43 50 6902-1246, maria.dachs@lk-ooe.at

Kontakt Öffentlichkeitsarbeit: Mag. Elisabeth Frei-Ollmann,
Tel +43 50 6902-1591, elisabeth.frei-ollmann@lk-ooe.at