

# ALTERNATIVE BETRIEBSZWEIGE



Illustration: Eva Kai/LK NO

## Diversifizierung = Erwerbskombination = landwirtschaftliche Nebentätigkeit

Diversifizierung liegt im Trend, gerade in unsteten Zeiten. Sie ist eine Alternative zum Wachstum in der Urproduktion, aber sie ist kein Selbstläufer. Worauf es ankommt, lesen Sie im Beitrag.

Was ist eigentlich der Unterschied zwischen der Erwerbskombination, einer landwirtschaftlichen Nebentätigkeit oder der Diversifizierung? Einfache Antwort: keiner! Es sind nur unterschiedliche Begriffe für das Selbe. Und zwar ist mit diesen Begriffen eine Strategie gemeint, die über das klassische Geschäftsmodell der Land- und Forstwirtschaft hinausgeht und mit Hilfe von betrieblichen Ressourcen wie Boden, Arbeitskräfte oder Gebäude versucht, zusätzliche Wertschöpfung für den Betrieb zu erwirtschaften.

Für welche Menschen passt Diversifizierung?

Die Diversifizierung bietet die Chance, auch ohne Flächen-

wachstum mit einem kleinen Betrieb im Haupterwerb zu wirtschaften. Im Rahmen der Diversifizierung ist man aber deutlich näher am Kunden, daher braucht es zum Teil andere Kompetenzen als in der klassischen Landwirtschaft. Im Rahmen einer Studie mit rund 1.800 Landwirtinnen und Landwirten wurden die

Erfolgsfaktoren für die Diversifizierung erhoben.

Das Ergebnis ist eindeutig: Es braucht zu allererst Begeisterung, eigene Fähigkeiten, Kontaktfreudigkeit, Ausdauer sowie Zusammenhalt in der Familie. Dahinter folgen unternehmerische Kompetenzen und rechtliches Wissen. Somit müssen vor einem möglichen



Dr. Leopold Kirner  
Hochschule für Agrar- und  
Umweltpädagogik Wien

### Inhalt

Diversifizierung – eigene Stärken nutzen	3
Reportage: Green Care-Auszeithof bringt Auszeit vom Alltag	4
Arbeiten und leben, wo andere urlauben	6
Einstieg in Urlaub am Bauernhof	7
Was Betriebskonzept und Produktpreiskalkulation bringen	8
Welcher Vertriebsweg ist der richtige für meine Direktvermarktung?	10
Was sind Innovationen?	12





Vor dem Einstieg muss man sich fragen: Bin ich vom Dienstleistungsangebot „Urlaub am Bauernhof“ überzeugt?

Foto: Paula Pöchlauer-Kozel/LK NÖ



Diversifizierer, wie zum Beispiel Direktvermarkter, erhalten von ihren Kunden direkte und meist positive Rückmeldungen.

Foto: LVDV NÖ/dielechnerei

Einstieg folgende Fragen beantwortet werden:

- Bin ich von einer Idee, einem Produkt oder einem Dienstleistungsangebot begeistert und überzeugt?
- Traue ich mir das zu, also verfüge ich über Fähigkeiten, diesen neuen Weg zu gehen?

## So gelingt der Start

In der klassischen Landwirtschaft mit Erzeugung von Urprodukten hat sich bei Umstellung oder Erweiterung der Produktion das Betriebskonzept als Entscheidungsgrundlage durchgesetzt. Für die Diversifizierung ist das differenzierter zu sehen.

Haben Sie eine Idee, aber noch keine Erfahrung mit einem neuen Produkt, dann emp-

fehlt es sich, gleich ins Tun zu kommen – mit kleinen Mengen, um Erfahrungen zu sammeln:

- Wachsen die neuen Früchte wirklich auf meinem Acker?
- Macht Käsen Freude?
- Wird meine Marmelade gut angenommen?

Innovationen entstehen hier durch das Handeln und Tun, begleitet durch persönliche Intuition: Ziele werden noch offengehalten, denn auf dieser Stufe weiß man noch nicht, was alles möglich ist. Es wird gehandelt, auch wenn noch nicht klar ist, was dabei herauskommt.

Wenn etwas völlig Neues auf einem Betrieb geschaffen werden soll, kann es helfen, diese neue Aktivität als Parallelsystem schrittweise umzuset-

zen (Abbildung 1). Vor allem dann, wenn eine neu zum Hof kommende Partnerin oder ein Hofnachfolger ein neues Tätigkeits- und Geschäftsfeld aufbauen möchte. Für innovative Zugänge in der Diversifizierung ist es hilfreich, völlig losgelöst vom sogenannten Hauptsystem des Betriebs neue Wege beschreiten zu können. Selbstwirksamkeit, Verantwortlichkeiten und Autonomie befördern die Kreativität und Innovationskraft. Gerade in der Diversifizierung verweisen viele erfolgreiche Beispiele auf die Kraft solcher Parallelsysteme.

## Betriebskonzept ist sinnvoll und notwendig

In bestimmten Situationen ist auch ein Betriebskonzept sinn-

voll und notwendig. Zum einen, wenn schon ausreichend Erfahrungen mit einem neuen Zweig vorherrschen und nun ein größerer Schritt stattfinden soll. Zum anderen, wenn der Einstieg nicht in kleinen Portionen, sondern gleich im größeren Stile erfolgen muss, wie es am Beispiel der erneuerbaren Energien häufig der Fall ist.

## Rechnet sich die Diversifizierung?

Darauf gibt es keine abschließende Antwort, das hängt von vielen Faktoren ab. Aber erste Hinweise dazu geben uns kürzlich abgeschlossene Forschungsprojekte an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik. Dazu wurden 16 Betriebe mit Direktvermarktung mit Schwerpunkt Milch und

## Wirtschaftliche Kennzahlen bei UaB und Direktvermarktung

Kennzahl	Einheit	UaB	DV
Betriebe	Zahl	17	16
Deckungsbeitrag	€	22 283	16 106
Einkommensbeitrag (EKB)	€	9 862	10 553
Arbeitskraftstunden	€	1 314	746
EKB pro Stunde	€/AKh	7,5	14,1
Rentabilitätskoeffizient	Faktor	0,41	1,02

UaB = Urlaub am Bauernhof,

DV = Direktvermarktung – Schwerpunkt Milch, Milchprodukte

Rentabilitätskoeffizient = Einkommensbeitrag/(kalk. Arbeitskosten + kalk. Zinsen)



Foto: Paula Pöchlauer-Kozel/LK NÖ



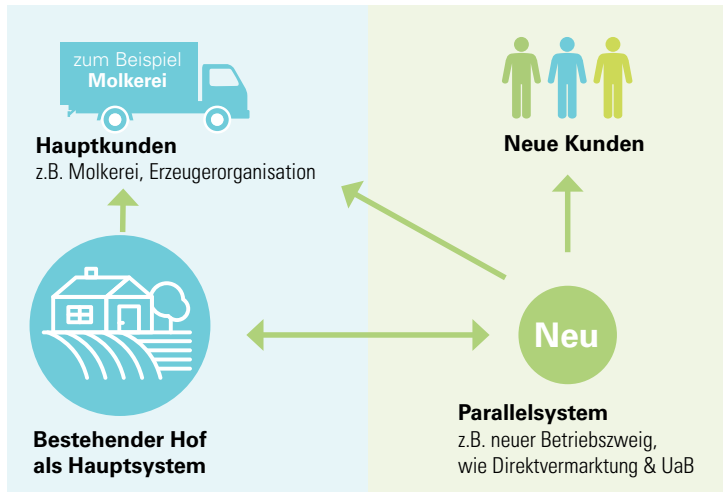


Abbildung 1: Wenn etwas völlig Neues auf einem Betrieb geschaffen werden soll, kann es helfen, diese neue Aktivität als Parallelsystem schrittweise umzusetzen.

Grafik: Leopold Kirner

Milchprodukte und 17 Betriebe mit „Urlaub am Bauernhof“ analysiert. Das Ergebnis zeigt die Tabelle auf Seite 2. Die Betriebe mit Direktvermarktung erzielten im Schnitt einen Einkommensbeitrag von 14,1 Euro je Stunde, jene mit „Urlaub am Bauernhof“ 7,5 Euro je Stunde. Bei „Urlaub am Bauernhof“ lag die Rentabilität unter jener der Direktvermarktung, aber immer noch auf vergleichbarer Höhe wie in der Urproduktion. Die deutlich höheren Gebäude- und vor allem Arbeitskosten verursachten das schwächere Ergebnis im Vergleich zur Direktvermarktung.

Wichtiger als das Durchschnittsergebnis ist aber der Umstand, dass die Rentabilität unter den Betrieben außerordentlich schwankte: Von sehr

erfolgreich mit einem Einkommensbeitrag von über 20 Euro je Stunde bis wenig erfolgreich mit unter fünf Euro je Stunde.

### Wichtig für die Praxis

Vor dem Einstieg und sobald erste Erfahrungen gemacht wurden, sollte man den Rechenstift in die Hand nehmen.

- Wie hoch ist der Deckungsbeitrag pro Charge oder Arbeitseinheit, also zum Beispiel 100 Gläser Joghurt.
- Welche jährlichen Kosten verursachen Gebäude oder technische Einrichtungen?
- Und ganz wichtig: Wie viel Arbeit stecke ich tatsächlich in diesen Betriebszweig?

Nur auf dieser Weise kann ich die Wirtschaftlichkeit abbilden und Verbesserungspotenziale ableiten.

### Die wichtigsten Diversifizierungszweige

Die für die österreichische Landwirtschaft wichtigsten Diversifizierungszweige zeigt die jüngste Agrarstrukturerhebung 2020: Knapp 10.200 Betriebe mit Verarbeitung landwirtschaftlicher Erzeugnisse für den Verkauf, rund 8.400 Betriebe mit bäuerlicher Gästebeherbergung und jeweils etwas über 4.000 Betriebe mit vertraglichen Arbeiten im Rahmen von Kommunaldiensten und Winterdienst, mit Erzeugung von erneuerbarer Energie für Vermarktungszwecke und mit vertraglichen Arbeiten für andere landwirtschaftliche Betriebe.

Interessant: fast 1.100 Betriebe boten Gesundheits-, Sozial- oder Bildungsleistungen an, 328 Betriebe erzielten Einkünfte aus Aquakultur.

### Kurz gefasst

Damit sich neue Zweige auf einem Betrieb etablieren können, braucht es kreative Räume und innovative Zugänge innerhalb einer Familie. Schließlich zählen Begeisterung, Offenheit für Bildung und ein starker Zusammenhalt in der Familie zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren. Erst wenn diese Voraussetzungen erfüllt sind, sollten neue Produkte oder Dienstleistungen in Angriff genommen werden. Denn nur dadurch kann längerfristig Einkommen und ein zufriedenstellender Arbeitsverdienst erwirtschaftet werden.



### Eigene Stärken kreativ nutzen

**DI Elfriede Schaffer, MSc**  
Tel. 05 0259 26001  
[elfriede.schaffer@lk-noe.at](mailto:elfriede.schaffer@lk-noe.at)

### Zufriedene Landwirte

Die Mehrheit der Landwirtinnen und Landwirte ist sehr zufrieden mit der Diversifizierung. Ein Grund für die hohe Zufriedenheit sind vor allem die wertschätzenden Rückmeldungen der Kunden oder dass die Diversifizierung die Wertschöpfung im landwirtschaftlichen Betrieb steigert und die Abhängigkeit von außerbetrieblichen Tätigkeiten sinkt. Trotzdem darf die hohe Arbeitsbelastung nicht vergessen werden – sie ist neben der Bürokratie die zentrale Herausforderung in der Diversifizierung. Die hohe Arbeitsbelastung ist auch der Grund dafür, warum viele die Diversifizierung nicht weiter ausdehnen wollen, obwohl häufig Potenzial für mehr Kundschaft bestünde.

Diversifizierung boomt! Nicht nur weil in vielen Regionen das Größenwachstum an seine Grenzen stößt, sondern auch weil Investitionen meist überschaubarer sind und viele Bäuerinnen und Bauern schätzen, dass sie unternehmerischer agieren können. Bei negativen Medienberichten werden klassische Landwirtschaftsbetriebe oft in Bausch und Bogen abgewertet. Diversifizierer hingegen erhalten von ihren Kunden direktes Feedback und haben daher ein emotionales Korrektiv.

Diversifizierung bedeutet immer, aus den eigenen Stärken und Ressourcen – Fläche, Gebäude, Kapital, vielfältigem Know-how, Arbeitskraft, Image und persönlichem Netzwerk – ein Geschäftsmodell mit klarerer Kunden- und Vermarktungsorientierung aufzubauen. Die Frauen spielen dabei häufig eine zentrale Rolle, denn etwa ein Drittel der Bäuerinnen stammt nicht von einem landwirtschaftlichen Betrieb. Ihre vielfältigen anderen Berufserfahrungen, Kompetenzen und Netzwerke ergänzen das landwirtschaftliche Wissen und sind oft der Schlüssel für innovative Geschäftsideen und Diversifizierung auf den Höfen.

### Tipp

Für welchen Betriebszweig auch immer Sie sich interessieren, nutzen Sie die Informationen, Beratungs- und Bildungsangebote der LK NÖ unter [noe.lko.at](http://noe.lko.at) und des LFI unter [noe.lfi.at](http://noe.lfi.at).



Foto: LVDV/NÖ/dieLeichtere



Foto: Ulrike Raser/LK NÖ

# Green Care: Jutta Schlager bietet auf ihrem Hof Auszeiten vom Alltag

Green Care-Auszeithöfe sind der ideale Platz für Menschen, die Ruhe suchen und etwas für ihre Gesundheit tun wollen. Denn diese Betriebe verbinden die Naturerlebnisse der Bauernhöfe mit gezielten Angeboten zur Erholung oder zur Bewegung.

**DI Ulrike Raser, BEd**

Green Care hat viele Facetten. Dabei geht es aber immer um pädagogische, therapeutische oder soziale Angebote auf Bauernhöfen. Einige Bäuerinnen und Bauern haben mit Green Care bereits neue und innovative Wege eingeschlagen. Eine von ihnen ist Jutta Schlager, die ihren Biohof zu einem Green Care-Auszeithof gemacht hat. Der Betrieb, den sie seit 20 Jahren gemeinsam mit ihrem Mann Richard führt, befindet sich in Mollram, einer kleinen Ortschaft, etwa 70 Kilometer südlich von Wien. Der Betrieb umfasst 40 Hektar Acker- und

Grünland sowie neun Hektar Wald. Zum Hof gehören auch eine kleine Mutterkuhherde, acht Freiland Schweine und 40 Hühner. Das Getreide, wie zum Beispiel Roggen, Dinkel und Weizen, wird gemahlen und zu Brot und Nudeln weiterverarbeitet und im Hofladen unter der eigens kreierten Marke „LandKind“ verkauft. Jutta macht es Spaß, die Feldfrüchte, die Richard erntet, weiter zu veredeln. Überhaupt ist gesunde Ernährung mit regionalen Lebensmitteln für sie zu einem zentralen Thema geworden. Dies lebt sie auch mit ihrem Hofladen vor. Das Fleisch der eigenen Tiere sowie die Eier gehen ebenfalls über den Ladentisch.

Jutta schupft die Direktvermarktung und die Büroarbeit – aber nicht nur jene für den landwirtschaftlichen Betrieb, sondern auch noch jene für die KFZ-Werkstatt, die sich am Hof befindet. Die betreibt Richard nämlich auch noch neben seiner Feldarbeit. Bei diesen Aufgaben kommt ihr ihre Ausbildung sehr zu gute. Die Nieder-

österreicherin hat Wirtschaftsberatung an der Fachhochschule Wr. Neustadt studiert. Die Leidenschaft des Betriebsführerpaars gilt der Produktion hochwertiger Bio-Lebensmittel. Daher ist ihnen auch das Zusammenspiel zwischen ausgewogenem Essen, Bewegung und geistigem Wohlbefinden ein Anliegen.

„ Jutta Schlager

Mit Leidenschaft produzieren und verkaufen wir hochwertige Bio-Lebensmittel. Das ergänzen wir nun mit Angeboten rund um einen gesundheitsfördernden Lebensstil.

Für die Betriebsführerin ist die richtige Balance zwischen Arbeit und Freizeit sehr wichtig, denn zu tun gibt es für die quirlige Frau immer etwas. Da sind einerseits die Familie mit

Richard und den beiden Töchtern Emilia und Jana sowie der Schwiegermutter Josefa. Dann noch die teilweise sehr intensive Arbeit am Betrieb und im Hofladen sowie die Büroarbeit. Dabei sei ihr immer klarer geworden, wie wichtig das eigene Wohlbefinden ist und dass dies durch viele Faktoren sowohl negativ als auch positiv beeinflusst werden kann, erzählt sie. Der gemeinsame Bauernhof ist für sie Lebens-, Arbeits- und Wohlfühlort. Das Arbeiten mit den Tieren gibt ihr Gelassenheit und Ruhe. „Green Care bietet mir die Möglichkeit, diese Erfahrungen und Werte auch an andere weiterzugeben und Auszeiten auf meinem Hof anzubieten“, beantwortet sie die Frage, wie sie überhaupt auf die Idee gekommen ist, Green Care anzubieten. Den LFI-Zertifikatslehrgang „Green Care – Gesundheit fördern am Hof“ hatte sie schon länger am Radar. 2021 hat sie ihn dann absolviert. Weil ihr während der Ausbildung die Lerneinheiten mit den Tieren so gut gefallen haben, hängt die energiege-



dene Bäuerin jetzt gleich noch eine Ausbildung dran. An der Landwirtschaftlichen Fachschule Hollabrunn macht sie die berufsbegleitende Ausbildung zur „Geprüften Fachkraft für tiergestützte Arbeit“. Ihr „Streichelzoo“, wie Jutta ihre Tiere liebevoll nennt, besteht aus zwei Ziegenböcken, Schildkröten, Meerschweinchen, Katzen, drei Ponys und einem Hund. Die vielen Tiere am Betrieb, die beruhigende hügelige Landschaft rundherum sowie die Nähe zu Wien machen den Hof von Richard und Jutta Schlager zum idealen Ort für einen Auszeithof.

## Ideen über Ideen gehen in die Umsetzung

Im Gespräch spürt man ihren Tatendrang. Die Ideen, die sie am Hof umsetzen will, sprudeln nur so aus ihr heraus. Für die ersten Schritte in Richtung

Green Care-Umsetzung hat sie auch die Beratung der Landwirtschaftskammer NÖ in Anspruch genommen. Für ihre Green Care-Angebote arbeitet sie mit einer Waldpädagogin und einer diplomierten Lebens- und Sozialberaterin zusammen, die beide ihr Fachwissen mit einbringen. Gemeinsam haben sie schon viele Pläne geschmiedet. Jetzt über den Winter werden mal alle Ideen sortiert, um dann im Frühling voll durchzustarten: „Unsere Auszeithof-Angebote werden sich an Jugendliche und Erwachsene richten und umfassen Ernährungsworkshops, waldpädagogische Programme sowie Waldbaden und Yoga-Übungen in der Natur.“

Jutta will die Zusammenarbeit mit einer nahegelegenen Rehaklinik für Jugendliche in Angriff nehmen. Die Ausflüge zu ihrem Hof sollen dann am Wochenende als Freizeitpro-

gramm während des Reha-Aufenthaltes stattfinden. Die geplanten Ausflüge bieten eine Auszeit mit Mehrwert – sprich Ablenkung vom Klinikalltag mit Wissensvermittlung und Erleben von etwas Neuem. Einen Probelauf hat es bereits gegeben. Unter dem Motto „Natur erleben im Wald und am Bauernhof“ haben die Jugendlichen vier kurzweilige Stunden am Betrieb erlebt. Gesunde Jause natürlich inklusive.

Die Schlagers haben ein Nachbargebäude zugekauft, dieses liebevoll renoviert und „Kleine Auszeit“ genannt. In diesen Räumlichkeiten befindet sich nicht nur der Hofladen, hier werden künftig auch Green Care-Aktivitäten über die Bühne gehen. So soll es dort ein regelmäßig stattfindendes „DemenzKaffee“ für pflegende Angehörige und ihre demenzkranken Familienmitglieder geben. Aber auch Workshops und

Kochkurse rund um das Thema Ernährung sind geplant. Ebenso sind für Jutta mobile Angebote denkbar: „Ich könnte ja auch meine Hendln einpacken und mit denen wohin fahren, zum Beispiel in ein Altersheim“, ergänzt sie mit einem breiten Grinsen.

## Ziel ist ein finanzielles Standbein

Den Möglichkeiten sind keine Grenzen gesetzt. Man muss sich nur drüber trauen. Und das tut Jutta Schlager – mit Herzblut und viel Leidenschaft. Ihr Ziel ist ganz klar, „nämlich sich mit Green Care ein finanzielles Standbein zu erwirtschaften.“ Dass das funktionieren wird, davon ist sie überzeugt. „Denn was ich mach, mach ich gescheit“, sagt sie. Und daran besteht kein Zweifel.

Mehr Infos gibt es im Web unter [diekleineauszeit.at](http://diekleineauszeit.at).

# Green Care – vielfältig und innovativ

Die Palette an Angeboten reicht dabei von Kinderbetreuung und Tiertherapie über Seniorenwohnungen auf Höfen bis hin zur Gartentherapie und zu Gesundheitshöfen.



Foto: Peter Kainrath

## Gartenfee und Waldkobold

Seit 2018 betreibt die Bäuerin, diplomierte Kindergartenpädagogin, Volksschullehrerin und Kräuterpädagogin Doris Hardegger einen Kindergarten am Hardeggerhof in der Gemeinde Behamberg. Ihr Ehemann Karl ist als Bauer im Vollerwerb tätig. Auf dem Bio-Hof (36 ha Acker, 3,5 ha Grünland und 36 ha Wald) leben Schweine, Schafe, Ziegen, Hühner, Pferde, Esel und Kleintiere. So können beide Ehepartner ihren Berufen nachgehen und vereinen dabei das Bäuerliche mit dem Pädagogischen.



Foto: Eva Lechner/LK NÖ

## 3er-Hof, wo Mensch und Tiere aufblühen

Gemeinsam mit dem Sozialträger „Jugend am Werk“ hat Familie Hieret die stillgelegte Backstube auf ihrem Hof in Maria Anzbach wieder belebt. Hier finden acht Menschen mit Behinderung ihren Arbeitsplatz und stellen täglich frisches Brot und Gebäck her. Als ausgebildete Fachkräfte für tiergestützte Intervention und reitpädagogische Betreuung bieten Eva und ihre Tochter Verena sowohl „Schule am Bauernhof“ als auch Bauernhof-tage speziell für Menschen mit Behinderung an.



Foto: Franz Gleiß/LK NÖ

## Schulbauernhof Haslau

Der Hof der Familie Theuretzbacher in Lunz am See hat seinen Green Care-Schwerpunkt auf pädagogische Angebote für Kinder gelegt. In ihren „Schule am Bauernhof“-Programmen stellt Barbara Theuretzbacher, Pädagogin und diplomierte Fachkraft für tiergestützte Arbeit und Therapiebegleitung, das bewusste Erleben der Natur und der Tiere am Hof in den Mittelpunkt. Neben der tiergestützten Pädagogik sind die Themen Lebensmittel und Ernährung für sie von zentraler Bedeutung.

greencare

Wo Menschen aufblühen

## Was ist Green Care?

Wenn auf einem Bauernhof Kinder in der Natur und mit den Tieren lernen, Menschen mit Behinderung bei der Arbeit Anerkennung und Wertschätzung erfahren oder ältere Menschen beim Garteln vergessen, dass sie vergessen – dann ist das Green Care. Und nicht zuletzt ist es auch Green Care, wenn Menschen, die eine Auszeit brauchen, etwas für ihre Gesundheit tun möchten. Green Care beinhaltet alle pädagogischen, therapeutischen und sozialen Angebote auf Bauernhöfen. Mehr dazu auf [noe.lko.at](http://noe.lko.at) oder auf [greencare-oe.at](http://greencare-oe.at).

Ihr Ansprechpartner in NÖ:  
DI Dr. Josef Hainfellner, CMC  
[josef.hainfellner@lk-projekt.at](mailto:josef.hainfellner@lk-projekt.at)  
Tel. 0664 60 259 42301

# Arbeiten und leben, wo andere urlauben

Immer mehr landwirtschaftliche Betriebe wagen den Schritt in die Diversifizierung, so auch Familie Wagner aus Waidhofen an der Ybbs. Der Biohof Ebenbauer liegt im malerischen Mostviertel und ist sowohl im Sommer als auch im Winter ein beliebter Erholungsort. Angelika Wagner informiert im Interview über die Anfänge, die Vorteile und das spezielle Angebot auf ihrem Urlaubsbauernhof.

**Alexandra Bichler BBEd**

Tel. 05 0259 26501

alexandra.bichler@lk-noe.at

**Katrin Teufel MA**

LV für Urlaub am Bauernhof in NÖ

katrin.teufel@landurlaub.at

Der großzügige Garten, das schöne Bergpanorama und viele Angebote am und rund um den Hof machen den Urlaub bei Familie Wagner zu einem besonderen Erlebnis. Angelika Wagner erzählt von ihren Erlebnissen und Erfahrungen mit der bäuerlichen Vermietung.

## Wie waren die Anfänge von „Urlaub am Bauernhof“ auf eurem Betrieb?

Begonnen hat unser Betrieb mit einer Ferienwohnung im Haus. Da es uns große Freude bereitet hat, eröffneten wir 2005 ein Ferienhaus neben dem Bauernhaus. Jährlich kamen neue Attraktionen hinzu, so wurde aus unserem Betrieb das, was er heute ist.

## Welche Vorteile hat eurer Meinung nach genau diese spezielle Diversifizierungssparte?

Den Konsumenten aufzuklären, wie die österreichische Biolandwirtschaft wirklich aussieht. Einige unserer Gäste haben das erste Mal bei uns am Hof Kontakt mit Kuh und Co. In Zukunft wird das noch häufiger der Fall sein, da die Bevölkerung mit Bezug zur Landwirtschaft oder auf-

grund der familiären Abstammung immer weniger wird und so ist es für uns ein Auftrag, den Gästen Wissen rund um Landwirtschaft zu vermitteln.

Unsere schöne Umgebung mit jenen zu teilen, die nicht die Möglichkeit dafür haben, aus unserer wunderschönen Natur Kraft zu tanken und die Energiereserven für den oft stressigen Alltag aufzufüllen, ist uns ein besonderes Anliegen. Es ist uns eine Herzensangelegenheit unseren Mitmenschen etwas zurückzugeben und mit „Urlaub am Bauernhof“ können wir das erfüllen.

Da wir seit 1993 schon Gäste am Hof begrüßen dürfen, haben wir zum Teil Stammgäste, die von Beginn an unseren Betrieb kennen und wachsen gesehen haben. Die Stammgäste kommen hauptsächlich wegen der familiären Umgebung und des Zusammenhaltes, den wir in unserer Familie leben. Es ist sehr bereichernd, die Entwicklung der Gäste zu sehen und interessante Gespräche mit ihnen zu führen, man bekommt einen Weitblick auf viele Themen in der Welt. Leider ist es großteils in der Landwirtschaft so, dass Landwirte für ihre Arbeit zu wenig Wertschätzung bekommen. Mit „Urlaub am Bauernhof“ bekommt man von den Gästen täglich Lob und Anerkennung für das produzierte Produkt und die wertvolle Arbeit, die man täglich leistet.

Das zusätzliche Einkommen macht es möglich, nötige Inves-



Schon seit 1993 bietet Familie Wagner Urlaub am Bauernhof an. Die Familienmitglieder bewirtschaften einen Biobetrieb in Waidhofen an der Ybbs.

titionen leichter zu tätigen. Dabei sollte nicht vergessen werden, dass auch viel Arbeit dahintersteckt und dass man Freude daran haben soll, die Urlaubsgäste zu betreuen.

## Bei „Urlaub am Bauernhof“ denkt man vorrangig an Familienurlaub. Gibt es aber auch andere Gästegruppen, die zu euch auf den Hof kommen?

In der Hauptsaison, den Ferien, haben wir bewusst nur Erwachsene und Familien mit Kindern. Es ist immer wieder schön unsere Stammgäste zu begrüßen und ihre Freude zu sehen, wenn sie bei uns am Hof ankommen. In der Nebensaison hat sich unser Betrieb als beliebter Ruhe- und Kraftplatz für Yogatage, Teambuildings und Seminare aller Art bewährt. Seit neuestem bieten wir Fastenwochen am Bauern-

hof an. Da ein Bauernhof der Ursprung unserer Ernährung ist, ist das der perfekte Ort um sein Wohlbefinden wieder zu erlangen.

Ich mache gemeinsam mit einer Kollegin diese speziell geführten Wochen. In Kleingruppen kann so jeder sehr individuell betreut werden.

## Wie hat sich euer Angebot an die Gäste über die Jahre hinweg entwickelt?

Vom Familienbauernhof bis hin zum Kraftplatz für alle Altersgruppen. Wir glauben, die Gäste, die zu uns kommen, suchen den Ausgleich zum Alltag und freuen sich auf die familiäre Atmosphäre, die wir ihnen bieten können.

Je mehr Menschen im urbanen Raum leben, desto interessanter ist es auch wieder, die Natur und Ursprünglichkeit bei einem Urlaub am Bauernhof zu erleben.



In der Hauptsaison, den Ferien, beherbergt Familie Wagner bewusst nur Erwachsene und Familien mit Kindern.

Fotos: Sandra Wagner



# Einstieg in Urlaub am Bauernhof

Haben auch Sie schon einmal mit dem Gedanken gespielt, Gäste einen Blick hinter die Hoftür zu gewähren, ihnen die Vielseitigkeit der Landwirtschaft und unseres Bundeslands Niederösterreich zu vermitteln und dadurch Ihr Einkommen aufzubessern?

Die LK NÖ bietet in Zusammenarbeit mit dem Landesverband für „Urlaub am Bauernhof“ in NÖ eine Reihe von Bildungs- und Beratungsangeboten im Bereich „Urlaub am Bauernhof“ an. Im Folgenden sind zwei der Angebote, speziell für Neueinsteiger in den Betriebszweig, angeführt.

## Landesverband für „Urlaub am Bauernhof“

„Urlaub am Bauernhof“ ist der größte Zusammenschluss bäuerlicher Gastgeber in Österreich. Über [urlaubambauernhof.at](http://urlaubambauernhof.at) vermarkten der Bundesverband und acht Landesverbände über 2.000 Bauernhöfe, Winzerhöfe und Almhütten. Der Landesverband für „Urlaub am Bauernhof“ und Privatzimmervermietung in NÖ befindet sich in Pöggstall. Mit dem Landesverband haben die Mitglieder einen starken Partner an ihrer Seite. Gut vernetzt mit relevanten Partnern aus Tourismus, Landwirtschaft und Politik unterstützt er sie bei den täglichen Agenden der Vermietertätigkeit. In jeder Region gibt es zudem eine direkte Ansprechpartnerin, die als Bindeglied zur jeweiligen Tourismusdestination fungiert.

Neben der Markenverwendung der österreichweiten Marke „Urlaub am Bauernhof“ als Qualitätssiegel profitieren die Mitgliedsbetriebe von einer Vielzahl an nützlichen Tipps, Bildungsangeboten, Vernetzungstreffen und Fördermöglichkeiten. Auch im Bereich der Digitalisierung ist die Organisation „Urlaub am Bauernhof“ stets ein Vorreiter.

So werden die Mitgliedsbetriebe nicht nur in Katalogen, sondern vor allem auch in der Online-Welt vermarktet und ihnen wird ein System zur Online-buchbarkeit samt Serviceleistungen bereitgestellt.

Überzeugen Sie sich selbst! Von Mensch zu Mensch – wir vom Landesverband Niederösterreich sind gerne persönlich für Sie da – sei es bei Ihnen am Betrieb, per E-Mail oder telefonisch. Scannen Sie den QR-Code und lernen Sie unser Team kennen.



## Trend zu „Urlaub am Bauernhof“

Neben den üblichen Freizeitwünschen nach Sonne, Sand und Meer, entwickelt sich bei Urlaubern immer mehr der Wunsch nach Nähe, Sicherheit, Ursprünglichkeit, Gemütlichkeit sowie nach Lebensmitteln und Küchegeheimnissen aus Großmutterns Zeiten. Genau auf diese Trends setzt Urlaub am Bauernhof. Laut dem Evaluierungsprojekt „Cluster Urlaub am Bauernhof, 2021“ wird in Österreich etwa

## Einsteigerseminar „Urlaub am Bauernhof – Eine Chance für meinen Betrieb“



Vor dem Einstieg in „Urlaub am Bauernhof“ sollte für interessierte Bäuerinnen und Bauern jedenfalls eine Phase gründlicher Information und Planung stehen. Eine erste Gelegenheit dazu bietet das Einsteigerseminar „Urlaub am Bauernhof“.

Dieses halbtägige Seminar liefert Grundlagen zur Entscheidung ob „Urlaub am Bauernhof“ der passende Betriebszweig ist. Es findet auf einem bestehenden „Urlaub am Bauernhof“-Betrieb statt, welcher auch besichtigt werden kann.

### Kursinhalt

- Was ist „Urlaub am Bauernhof“? – Markenphilosophie
- Trends und Entwicklungen im Tourismus
- Persönliche, betriebliche, regionale und rechtliche Voraussetzungen
- Bildungs- und Beratungsangebote
- Landesverband für „Urlaub am Bauernhof“ und Privatzimmervermieter in NÖ – Organisation und Angebote
- Fördermöglichkeiten
- Erfahrungsbericht und Besichtigung eines Mitgliedsbetriebes von „Urlaub am Bauernhof“

### Kursort und -termin

28. November 2022; 9 bis 13 Uhr

Biohof Ebenbauer, Familie Wagner, 3340 Waidhofen/Ybbs, [biohof-ebenbauer.at](http://biohof-ebenbauer.at); Anmeldung unter Tel.: 05 0259 26500 oder [noe.lfi.at](mailto:noe.lfi.at)

## Einstiegsberatung für „Urlaub am Bauernhof“

Die Einstiegsberatung für Urlaub am Bauernhof ist eine einzelbetriebliche Beratung, die Bäuerinnen und Bauern über die grundlegenden Voraussetzungen und Rahmenbedingungen bei Urlaub am Bauernhof informiert. Nach dieser Beratung können Sie besser abschätzen ob Urlaub am Bauernhof der richtige Betriebszweig für Sie sein kann. Nähere Informationen unter [noe.lko.at/beratung](http://noe.lko.at/beratung).



2021

Jede 30. touristische Nacht wird auf einem Bauernhof verbracht.

jede 30. touristische Nächtigung auf einem Bauernhof verbracht. Jede zweite Nächtigung betrifft dabei einen Gast aus Deutschland, womit die bäuerliche Gästebeherbergung besonders stark auf den deutschen Markt fokussiert ist. Umfragen zufolge ist das Marktpotential für „Urlaub am Bauernhof“ auch in den kommenden Jahren interessant.

# Was die Produktpreiskalkulation &

Konsumenten haben frische und regional produzierte Lebensmittel wieder entdeckt. Diese Entwicklung kommt auch den landwirtschaftlichen Direktvermarktern zugute. Was Sie bei der Vermarktung Ihrer Produkte betriebswirtschaftlich beachten sollten, lesen Sie im Beitrag.



Um die Selbstkosten eines Produktes kalkulieren zu können, spielen auch die Verkaufsmengen eine bedeutende Rolle, da erst gewisse Mengen die Fixkosten voll decken.

Fotos: Eva Lechner/LK NÖ



**Ing. Thomas Kern**  
Tel. 05 0259 25108  
thomas.kern@lk-noe.at



**Ing. Markus Böhm, BSc**  
Tel. 05 0259 25123  
markus.boehm@lk-noe.at

Die Direktvermarktung bietet für landwirtschaftliche Betriebe eine zusätzliche Einkommensquelle und ermöglicht vor allem kleineren Betrieben, ihre wirtschaftliche Existenz zu sichern. In letzter Zeit explodieren aber die Kosten am Energiemarkt und sie sind deshalb als betriebswirtschaftlicher Aspekt stets im Auge zu behalten.

## Erfolgsfaktoren

Ob ein Betrieb in der Direktvermarktung erfolgreich ist, hängt von unterschiedlichen Faktoren ab. Erfolgskriterien sind die Persönlichkeit des Einzelnen, die Lage des Betriebes oder des Verkaufsstandes sowie die Anzahl und Qualität der Produk-

te. Eine gute Marketingstrategie beeinflusst ebenfalls den Erfolg eines Direktvermarktungsbetriebes.

Erfüllt der Betrieb diese Faktoren, basiert aber der Produktpreis nicht auf einer soliden Kalkulation, kann es sein, dass die Arbeitsstunden nicht entsprechend entlohnt werden und die Direktvermarktung deshalb nur für die Kunden von Erfolg gekrönt ist.

Nicht nur für Neueinsteiger, sondern auch für erfahrene Direktvermarkter ist ein strukturierter Überblick über Preise, Produktionskosten und Arbeitszeiten bedeutend. Dafür gibt es mit der Berechnung eines Betriebskonzeptes oder einer Produktpreiskalkulation zwei sehr gute Werkzeuge, den Erfolg in Zahlen zu messen.

## Produktpreiskalkulation Basis zur Preisfindung

Für eine aussagekräftige Produktpreiskalkulation muss man die Kosten für die eingesetzten Materialien und Rohstoffe kennen. Nicht zu vergessen sind Verwaltungs- und Vertriebskosten sowie die Abschreibungen vergangener Investitionen. Erst nach Berücksichtigung der Entlohnung der eigenen Arbeitskraft ist die Kostenaufstellung komplett. Mit dem Lohnansatz bewertet man die eigene Arbeit. Dieser Lohnansatz kann bei zeitlichen Eng-

pässen als Vergleichswert für andere Tätigkeiten am Betrieb dienen. Außerdem kann man den Lohnansatz mit möglichen Einkünften durch Nebentätigkeiten vergleichen. Zur Berechnung des eigenen Arbeitsaufwandes werden die einzelnen Arbeitsschritte inklusive Dauer in der Herstellung und Vermarktung aufgelistet.

Um die Selbstkosten eines Produktes kalkulieren zu können, spielen auch die Verkaufsmengen eine bedeutende Rolle, da erst gewisse Mengen die Fixkosten voll decken.

## Faktoren neben der Produktpreiskalkulation

Eine Produktpreiskalkulation gibt im ersten Schritt Auskunft, zu welchem Mindestpreis ich mein Produkt anbieten muss,

um kostendeckend zu bleiben. Als mindestens gleichbedeutend stellt sich für erfolgreiche Direktvermarkter die Frage: Was sind meine Kunden dafür bereit zu bezahlen?

Zur Beantwortung dieser Frage fließen mehrere Faktoren ein.

- Verfügt mein Produkt über besondere Merkmale, wie zum Beispiel ein besonderes Herstellungsverfahren?
- Handelt es sich um ein Trendprodukt?
- Gibt es Mitbewerber mit ähnlichen Produkten in meiner Region?

Erst durch die Kombination der Erkenntnisse meines betrieblichen Umfeldes mit den Daten aus der Produktpreiskalkulation werden für den Betrieb Produktpreise gefunden, die wirtschaftlich passen und auch am Markt bestehen.

## Nutzen für den Direktvermarkter

Mit Hilfe einer Produktpreiskalkulation erlangen Sie Kenntnis über die Herstellungskosten Ihrer Produkte, die als Grundlage für die Preisgestaltung und mögliche Preisverhandlungen dient. Eine Produktpreiskalkulation gibt sowohl vor der Markteinführung eines neuen Produktes als auch bei bestehenden Produkten einen Überblick über die Wirtschaftlichkeit des Betriebszweiges.

In unserem Beratungsangebot „Preiskalkulation in der Direktvermarktung“ gehen wir individuell auf die betrieblichen Gegebenheiten ein und erstellen gemeinsam eine strukturierte Kalkulation, die Auskunft über die Wirtschaftlichkeit der Direktvermarktung gibt. Nach einer ersten Kalkulation Ihrer betrieblichen Situation erhalten Sie eine Kopie des Berechnungsprogrammes, die Sie für Ihren Betrieb nutzen können.



# das Betriebskonzept bringen

## Die Inhalte des Betriebskonzeptes

Inhalt	
Analyse Ausgangssituation Betrieb/Markt	Stärken/Schwächen Analyse, Perspektiven des Marktes. Welche Produkte/Dienstleistungen bedient der Betrieb?
Strategie und Ziele	Darstellung der geplanten Vorhaben, mögliche Alternativen?
Investition und Finanzierung	Welche Geldmittel werden benötigt? Werden sie eigen- oder fremdfinanziert? Gibt es eventuell Förderungen für das Vorhaben?
Berechnung der geplanten Ausrichtung	Deckungsbeitrag, Betriebseinkommen, Gewinn, Kapitaldienstreserven
Arbeitswirtschaft	Welche Arbeitskräfte sind auf dem Betrieb vorhanden? Reichen die vorhandenen Kräfte für die anfallenden Arbeiten?
Maßnahmen- und Ablaufplan	Ablauforganisation, um den Zeitplan im Auge zu behalten



## Wozu ein Betriebskonzept?

Das Betriebskonzept zeigt auf etwa 20 Seiten die wirtschaftlichen Auswirkungen von Zukunftsplänen und Investitionen. Soll man im Bereich der Diversifizierung neu investieren oder rechnet sich eine Intensivierung? Man kann dadurch das Vorhaben besser beurteilen.

- Es wird dargestellt, wie sich das Einkommen entwickeln wird, ob man sich das Vorhaben leisten kann und ob die zukünftig zu erwartende Arbeit mit den am Hof vorhandenen Arbeitskräften bewerkstelligt werden kann.
- Die Zahlen werden als Grundlage für Kreditverhandlungen bei der Bank und für diverse Förderun-

gen benötigt, wie die Investitionsförderung im Bereich der Diversifizierung.

- Das Betriebskonzept hilft dem Landwirt, sich zu entscheiden, ob er das geplante Vorhaben in die Tat umsetzen soll.

Die Landwirtschaftskammer unterstützt Sie bei der Erstellung Ihres Betriebskonzeptes. Sie erarbeiten dabei gemeinsam mit einem Berater die in der Tabelle angeführten Punkte des Betriebskonzeptes.

## Inhalte des Konzeptes

Ein Betriebskonzept ist vor Veränderungen am Betrieb jedenfalls sinnvoll und notwendig, um richtige Entscheidungen für sich und seinen Betrieb zu treffen.

## Ableitungen aus dem Betriebskonzept

Ein Kernstück des Betriebskonzeptes ist die Rentabilitäts- und Liquiditätsrechnung. Sie gibt Auskunft darüber, ob

- ein angemessener Gewinn unter Einbezug der Lebenshaltungskosten erzielt wird,
- der kalkulierte Kapitaldienst auch bei Marktschwankungen tragbar ist,
- eine nachhaltige Eigenkapitalbildung erzielt werden kann.

Die Bedeutung steuerlicher und rechtlicher Rahmenbedingungen nimmt in der Landwirtschaft zu. Diese werden oft noch vernachlässigt. Um sie zu klären und ihre Auswirkungen im Betriebskonzept abzubilden, sollte man frühzeitig mit einem LK-Direktvermark-

tungsberater und einem Steuerberater Kontakt aufnehmen. Wichtig sind zum Beispiel:

- Wahl der Gewinnermittlungsart in der Landwirtschaft: Voll-, Teilpauschalierung, Einnahmen-Ausgaben-Rechnung, doppelte Buchführung
- Wahl zwischen Umsatzsteuerpauschalierung und Regelbesteuerung
- Abgrenzung zwischen Gewerbe und Landwirtschaft
- Abschätzung des künftig zu versteuernden Einkommens und der Steuerbelastung
- sozialrechtliche Gestaltungsmöglichkeiten, zum Beispiel Beitragsgrundlagenoption, erhöhter Sozialversicherungsbeitrag aufgrund von Verarbeitungsprodukten



Für eine aussagekräftige Produktpreiskalkulation darf man auch die Vertriebskosten nicht vergessen.



Wichtig ist im Vorfeld zu ermitteln, was die Kunden bereit sind, für mein Produkt zu bezahlen und welcher Mindestpreis erforderlich ist.

# Welcher Vertriebsweg ist der richtige für meine Direktvermarktung?

Die Wahl an Vermarktungswegen für Direktvermarkter ist groß. Soll es der Hofladen, die Gastronomie, der Selbstbedienungs-Laden oder doch der Einzelhandel sein, wo man die selbsterzeugten Produkte anbietet? Wie Sie herausfinden, welcher Vertriebsweg zu Ihrem Betrieb passt, erfahren Sie im Beitrag.

## Alexandra Bichler BBE

Tel. 05 0259 26505  
alexandra.bichler@lk-noe.at

## Bernadette Birkhahn BE

Tel. 05 0259 26503  
bernadette.birkhahn@lk-noe.at

## Roswitha Zach BSc

Tel. 05 0259 26502  
roswitha.zach@lk-noe.at

Direktvermarktung bringt Wertschöpfung und Wertschätzung zugleich.

## Studie erleichtert Qual bei Wahl

Der ab Hof-Verkauf gilt in der Direktvermarktung als die klassische Absatzform schlechthin. Die Möglichkeiten wären aber weit vielfältiger. Nach wel-

chen Kriterien Vertriebsoptionen ausgewählt werden können und wo generell Potentiale für Direktvermarktung liegen, zeigt die Studie „Vertriebsoptionen von bäuerlichen Lebensmitteln in Niederösterreich“ aus 2019, welche im Auftrag der LK NÖ erstellt wurde.

77 Prozent der bäuerlichen Lebensmittel werden in der Direktvermarktung unmittelbar am Hof an den Kunden verkauft. Weit abgeschlagen liegen dahinter mit 18 Prozent die Zustellung, sowie mit 16 Prozent die Gastronomie. Aber ist der ab Hof-Verkauf wirklich immer und überall die richtige Wahl oder sind zumindest als Ergänzung andere Vertriebswege auch denkbar?

Jeder Betrieb bringt unterschiedliche Voraussetzungen in die Direktvermarktung

mit. Denken wir nur an den Standort, je abgelegener desto schwieriger wird es mit der Kundenerreichbarkeit.

Der Verkauf über einen Bauernmarkt oder den Einzelhandel wird vielleicht mehr Vorteile bringen, als ein Hofladen. Diese Rahmenbedingungen sind für die Wahl des Verkaufsweges ausschlaggebend.

## Kriterien zur Vertriebswahl

Um Vertriebswege miteinander vergleichen und einzelbetriebliche Entscheidungen treffen zu können, benötigt es messbare Bewertungskriterien. Im Rahmen der Studie wurden Faktoren gesucht, die die Vor- und Nachteile einzelner Absatzwege verdeutlichen.

Auswirkung auf die Entschei-

dung, welcher Vertriebsweg sich anbietet, haben zum Beispiel die Höhe der Investition oder auch die Arbeitsleistung, zu der Bestellabwicklung, Verpackung, Logistik und Kassiervorgang zählen. Zudem sind auch das Marketing, die verkäuferische Eignung, das Einhalten von Lieferbedingungen, die Nachfrage nach einem breiten Produktsortiment oder der Standort entscheidend. Nicht außer Acht gelassen werden darf der Einfluss auf die Wertschöpfung bis zum Kunden und die Möglichkeit der Erlösmaximierung.

## Einzelne Vertriebswege wurden bewertet

Unter Berücksichtigung oben genannter Kriterien wurde in der Studie jeder einzelne Vertriebsweg bewertet. Ziel war es, die Voraussetzungen aus Sicht der Landwirte zu beurteilen und eine Reihenfolge zu erhalten, welche die Vertriebsmöglichkeiten mit den größten Potentialen verdeutlicht. Hier einige Ergebnisse aus der Studie:

- Der Hofladen ist die wichtigste Vertriebsform, wenn es um die aktuelle Marktrelevanz geht. Er verspricht die größte Verbraucherakzeptanz. Betrachtet man die internen Voraussetzungen, ordnet sich der Hofladen hier aufgrund der Investitionen, des Marketings, der verkäuferischen Eignung,



Direktvermarktung entspricht dem Trend der Regionalität und ist ein Erfolgsmodell für schätzungsweise 8.500 bäuerliche Betriebe in Niederösterreich geworden.

Foto: LVDV NÖ/Gerald Lechner



Beim Ab Hof Verkauf kann man auf Kundenwünsche sofort reagieren.

Foto: LVDV NÖ/dielechne





## Direkt vermarkten

Die Direktvermarktung ist die wirtschaftlich bedeutendste Form der Diversifizierungsmöglichkeiten in der österreichischen Landwirtschaft. Sie schafft neue Arbeitsplätze, sorgt für betriebliche Weiterentwicklung und trägt zu einem stabilen Einkommen aus der Landwirtschaft bei.

Foto: LV DV NÖ/Gerald Lechner

der Nachfrage nach einem breiten Produktsortiment und des Standorts im Mittelfeld der Vertriebsoptionen ein.

- Der Gastwirt kann eine je nach Produktangebot relevante Option im Großverbraucherbereich sein.
- In der Gemeinschaftsverpflegung sind der Kostendruck und der Systematisierungsgrad relativ hoch.
- Der SB-Laden und der Verkaufsautomat sind hinsichtlich der Bewirtschaftung mit Abstand am effizientesten. Sie haben aber eine geringere Marktrelevanz.
- Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel steht nach wie vor für das mit Abstand größte Massengeschäft der Erzeugerbetriebe. Der Preisdruck in diesem Kanal ist oft mit vielen Hürden verbunden.
- Die selbstständigen Kaufleute im Lebensmitteleinzelhandel haben durchaus erkannt, dass die regional erzeugten landwirtschaftlichen Lebensmittel wichtig sind, weil sich die Konsumentenbedürfnisse stark verändert haben und weil sich der Händler gegenüber dem Wettbewerb abheben kann.

Alle Vertriebsoptionen zeigen Vor- und Nachteile, die Landwirte nach Standortvoraussetzungen und dem Marktpotential in der eigenen Region und

den Möglichkeiten der Bewirtschaftung abwägen müssen. Die definierten Kriterien können dabei die Wahl erleichtern. Die gesamte Studie ist unter [noe.lko.at/diversifizierung](http://noe.lko.at/diversifizierung) in der Rubrik Service zu finden.

## Selbstbedienung und Online Shop

Direktvermarkter erweitern ihren ab Hof-Verkauf nun zunehmend durch Selbstbedienungsläden und/oder Onlineverkauf. Kunden schätzen es, zuletzt vorangetrieben durch die Corona Krise, ungeachtet von Öffnungszeiten rund um die Uhr auch bäuerliche Produkte einkaufen zu können. Bei der Direktvermarktung über einen Selbstbedienungsladen verringert sich für den Direktvermarkter der Zeitaufwand für den Verkauf. Arbeitszeit für Befüllen und Reinigen bleibt. Aber nicht alle Produkte eignen sich für den SB-Laden.

Die Chancen der Vermarktung über einen Webshop sind eine zeitunabhängige Vermarktung, verlängerte Angebotszeiten, die Ansprache neuer Kunden, denen ein anonymer, schneller Einkauf wichtig ist sowie die große Kundenreichweite und dass der Betriebsstandort nicht ausschlaggebend ist. Was bei beiden Vertriebsoptionen fehlt, ist der Kundenkontakt und damit das direkte Feedback des Kunden.

## Gutes vom Bauernhof



Die Marke „Gutes vom Bauernhof“ steht für hochwertige Lebensmittel aus garantiert bäuerlicher Herkunft, für professionelle Direktvermarktung und ist eine wertvolle Orientierungshilfe für die Konsumenten. Alle Betriebe werden bei einer unabhängigen Kontrolle nach den Qualitäts- und Herkunftsrichtlinien bewertet.

Durch gezielte Werbemaßnahmen wie Online, Print oder Social Media, werden die ausgezeichneten Direktvermarkter mit dem persönlichen Angebot vorgestellt. Der NÖ Einkaufsführer, die Schmarkerl-Navi App oder die Direktvermarktersuche online unter [gutesvombauernhof.at](http://gutesvombauernhof.at) weisen Konsumenten den Weg.

Sie möchten als Betrieb selbst ausgezeichnet werden oder Ihren Lieblings-Direktvermarkter empfehlen? Dann melden Sie sich unter [direktvermarktung@lk-noe.at](mailto:direktvermarktung@lk-noe.at)

## Vorsprung durch Information **DIREKT** VOM BAUERN

Der Landesverband für bäuerliche Direktvermarkter NÖ bündelt die Interessen von rund 780 Direktvermarktern und Buschenschänkern aus ganz Niederösterreich. Egal ob Neueinsteiger, Quereinsteiger oder Profi – davon profitieren alle Mitglieder:

- alle Informationen rund um die Direktvermarktung aus einer Hand
- viermal jährlich die Verbandszeitung mit Informationen über rechtliche Neuerungen und aktuelle Themen, sowie Weiterbildungsangebote rund um die Direktvermarktung
- laufende Informationen zu aktuellen Themen, die die Direktvermarktung betreffen – im Anlassfall per E-Mail
- Teilnahmemöglichkeit an Weiterbildungen, Veranstaltungen und Exkursionen des Landesverbandes und Gelegenheit zum Austausch und Vernetzen mit anderen Direktvermarktern
- Unterstützung und Betreuung bei der Abwicklung ausgewählter Qualitätsprogramme in der Direktvermarktung
- Gemeinsam sind wir stärker – jede Mitgliedschaft stärkt die Interessensvertretung für die Direktvermarktung

Interesse geweckt? Werden Sie Mitglied und melden Sie sich beim Landesverband unter [direktvermarktung@lk-noe.at](mailto:direktvermarktung@lk-noe.at) oder unter Tel. 05 0259 46000. Das Anmeldeblatt finden Sie auch auf der Website unter [direktvermarktung-noe.at](http://direktvermarktung-noe.at)

## Beratung & Bildung

Neue Entwicklungen werfen viele neue Fragen auf. Ein umfangreiches Wissen in der Direktvermarktung ist erforderlich – dabei hilft die LK mit gezielten Beratungs- und Bildungsangeboten, wie etwa der Einstiegsberatung Direktvermarktung.

Weitere Informationen erhalten Sie unter

- [noe.lko.at](http://noe.lko.at) – Rubrik Beratung
- [noe.lfi.at](http://noe.lfi.at)
- [noe.lko.at](http://noe.lko.at) – Rubrik Diversifizierung



Die LK hilft mit gezielter Beratung und Bildungsangeboten. Foto: LV DV NÖ



# Was sind Innovationen?

Warum dieses Thema für Landwirte und Landwirtinnen relevant ist, erfahren Sie im Beitrag.



**Johanna Mostböck**  
Tel. 05 0259 42302  
[johanna.mostboeck@lk-projekt.at](mailto:johanna.mostboeck@lk-projekt.at)

Das Thema Innovation betrifft jede und jeden, denn Innovationen entstehen aufgrund einer Veränderung. Veränderungen sind für eine Weiterentwicklung essentiell.

Die Veränderungen, die einen dazu veranlassen, etwas Neues zu machen, können aus den verschiedensten Gründen entstehen. Oft sind es äußere Umstände, wie zum Beispiel Preisschwankungen, veränderte Klimabedingungen oder auch die Digitalisierung, die Neuerungen notwendig machen, aber ebenso kann es der Bauer oder die Bäuerin selbst sein, der oder die sich eine Veränderung am Betrieb wünscht.

## Erfolgreich umgesetzte Ideen

Wir definieren Innovationen meist als erfolgreich umgesetzte Ideen und unterscheiden

dabei zwischen kleinen und großen Innovationen. Kleine Innovationen verbessern die bestehende betriebliche Situation, wenn beispielsweise eine neue Maschine angeschafft wird, die die Arbeit erleichtert. Mit großen Innovationen wird etwas „Neues“ eingeführt, zum Beispiel ein neues Produkt oder es wird auf einen neuen Betriebszweig umgestellt.

## Verschiedene Innovationen

Am Betrieb können die unterschiedlichsten Innovationen umgesetzt werden, wie zum Beispiel:

- soziale Innovationen
- Prozessinnovationen
- Dienstleistungsinnovationen
- Vertriebs- und Vermarktungsinnovationen
- Geschäftsmodellinnovationen
- Green Care
- Optimierung betrieblicher Abläufe

Wichtig ist es, sich auf sein eigenes Gefühl zu verlassen, denn gerade wenn es um alternative und innovative Umsetzungen geht, ist dies ein Weg, der nicht für die breite Masse

geeignet ist, sondern von Betrieb zu Betrieb individuell variiert. Es kommt nicht nur darauf an, welche betrieblichen Ressourcen vorhanden sind, sondern auch darauf, welche Tätigkeiten Ihnen als Betriebsführer Freude bereiten und wo Sie sich in Zukunft sehen.

## Mein Hof – mein Weg

Wie innovativ Bäuerinnen und Bauern sind, zeigt die Platt-

form [meinhof-meinweg.at](http://meinhof-meinweg.at), die im Rahmen der bundesweiten „LK Innovationsoffensive“ entwickelt wurde. Sie präsentiert innovative und vielfältige Betriebe und ihren Weg dorthin. Die Plattform dient dem Austausch zwischen Landwirten und zur Vernetzung mit den Konsumenten. Die Betriebe können angeben, ob sie auch Exkursionen durchführen und wie sie deren Programm und Kosten gestalten.