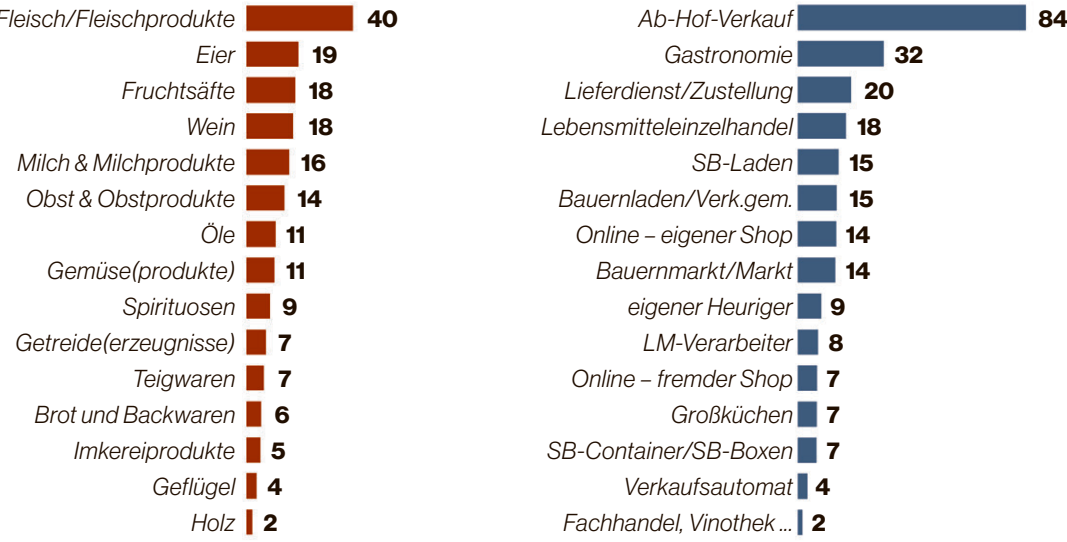


STUDIE

Tragfähiges Geschäftsmodell

Direktvermarktung gewinnt für Österreichs Landwirtschaft weiter an Bedeutung. Sie sichert Einkommen, schafft Arbeitsplätze und stärkt die regionale Wertschöpfung.

Top-Produktgruppen & Vertriebswege der befragten Direktvermarkter



QUELLE: KEYQUEST

Petra und Thomas Lechner führen einen Familienbetrieb im Mostviertel und vermarkten hauptsächlich Bio-Obst. Auf 5,5 Hektar werden Äpfel, Pfirsiche, Marillen und Zwetschken angebaut. Weiters bewirtschaften sie eine Ackerbaufläche von 28 Hektar sowie 3 Hektar Forst. Der Schwerpunkt liegt aber auf Frischobst, zusätzlich werden auch Säfte, Essig, Dörrobst, Kernöl und Eier angeboten. Verkauft wird ab Hof, über Bio- und Bauernläden sowie Selbstbedienungsgeschäfte. Auch Firmen und Schulen werden mit ihrem Obst beliefert.

Erst der Fokus auf die Direktvermarktung habe die nötige finanzielle Stabilität für den Betrieb geschaffen, erzählt Petra Lechner und nennt die selbstbestimmte Preisgestaltung, Sortimentsauswahl und Kooperationen auf Augenhöhe als wesentliche Vorteile. Der direkte Kundenkontakt sorgt zudem für ehrliches Feedback und Impulse zur Weiterentwicklung.

Wie die Familie Lechner setzen 29 Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe in Österreich auf Direktvermarktung. Das zeigt eine aktuelle KeyQuest-Umfrage im Auftrag des Verbands bäuerlicher Direktvermarkter Österreich – Gutes vom Bauernhof. Durchschnittlich erwirtschaften diese Betriebe 36 Prozent ihres Einkommens durch Direktvermarktung. Im Jahr 2022 waren es noch 33 Prozent. So geben auch zwei Drittel der Direktvermarkter an, dass ihnen die Direktvermarktung langfristig den Bestand ihres Betriebes sichert. Dem kommt zugute, dass drei Viertel eine steigende Nachfrage der Konsumenten sehen und erwarten, dass durch neue Technologien, das Internet und Co. die Chancen höher sind, diese noch leichter zu erreichen.

Wirtschaftsfaktor

Im Zehnjahresvergleich ist die Bedeutung der Direktvermarktung eindeutig gestiegen, betont Johannes Mayr, Geschäftsführer der KeyQuest Marktforschung: Waren es 2016 noch 13 Prozent der Betriebe, die der Direktvermarktung „große Bedeutung“ zugeschrieben haben, sind es 2026 bereits 18 Prozent.

Auch die volkswirtschaftliche Bedeutung der Direktvermarktung wurde untersucht: Die Ergebnisse zeigen, dass je Direktvermarkter-Betrieb im Schnitt 0,91 Arbeitsplätze direkt auf dem Betrieb geschaffen

werden. Betriebe, die mehr als 50 Prozent ihres Einkommens aus Direktvermarktung erwirtschaften, schaffen dadurch sogar 1,74 Arbeitsplätze. Hochgerechnet entspricht das österreichweit etwa 27.500 Arbeitsplätze. Gleichzeitig haben Direktvermarkter-Betriebe in den vergangenen fünf Jahren im Schnitt rund 60.000 Euro in diesen Bereich investiert, was bei 30.000 Betrieben einem Gesamtinvestitionsvolumen von 1,8 Mrd. Euro entspricht.

„Die große Bedeutung für die Gesamtwirtschaft wird auch dadurch unterstrichen, dass 91 Prozent dieser Investitionen laut Studie an österreichische Unternehmen vergeben worden sind. Damit werden 3.500 Arbeitsplätze in der vorgelagerten Wirtschaft gesichert“, hält Josef Moosbrugger, Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich, fest.

Demnach stelle die Direktvermarktung für viele landwirtschaftliche Betriebe in Österreich „ein tragfähiges Geschäftsmodell dar, das Einkommen sichert, Arbeitsplätze schafft und regionale Wertschöpfung in Österreich stärkt“, fasst KeyQuest-Geschäftsführer Mayr zusammen.

Dass mehr als die Hälfte der Direktvermarktungsbetriebe weitere Investitionen tätigen will – insbesondere in Verkaufsräume, Maschinen und Produktionstechnik –, unterstreiche zudem, dass die Direktvermarkter an die Zukunft ihres Sektors glauben und die damit verbundenen Chancen nützen wollen, so Moosbrugger.

Gute Aussichten

„Direktvermarktung erfordert ein spezielles Know-how. Insbesondere darf man Zeit und Einsatz nicht unterschätzen“, betont LKÖ-Präsident Moosbrugger: „Das passt nicht zu jedem Betrieb und ist sicher kein Patentrezept für die österreichische Landwirtschaft. Damit kann auch nicht jeder Betrieb für die Zukunft gerettet werden.“

Positiv stimmt, dass sich rund 10 Prozent der derzeitigen Nicht-Direktvermarkter einen Einstieg in die Direktvermarktung vorstellen können. Wichtigster Anreiz für den Einstieg ist laut KeyQuest dabei die höhere Rentabilität bzw. ein besseres Preisniveau. Als Voraussetzungen werden vor allem ausreichend Zeit (inklusive entsprechende familiäre Situation) und keine allzu hohen bürokratischen Hürden genannt.

bla



RWA

BILANZ

Ein Jahr Agri-PV Bodensdorf

Rund 1,85 Mio. Kilowattstunden Sonnenstrom wurden im ersten Betriebsjahr erzeugt.

Ein Jahr nach der Inbetriebnahme liefert die Agri-Photovoltaikanlage der RWA Solar Solutions auf dem Feld von Familie Wurzer in Bodensdorf bei Wieselburg eine äußerst positive Bilanz: Die Anlage verfügt über eine Leistung von rund 1,9 MWp, umfasst 4.760 Photovoltaikmodule auf einer Fläche von rund 20.000 Quadratmetern und kann jährlich rund 1.980 MWh Strom erzeugen. Damit lassen sich rechnerisch mehr als 1.000 Tonnen CO₂ pro Jahr einsparen.

„Die Agri-PV-Anlage zeigt eindrucksvoll, welches Potenzial in der Verbindung von Landwirtschaft und erneuerbarer Energie steckt. Wir erzeugen regionalen Sonnenstrom, schützen gleichzeitig unsere Kulturen und schaffen einen nachhaltigen Mehrwert für die gesamte Region. Dieses Projekt ist ein gelungenes Beispiel dafür, wie die Landwirtschaft aktiv zur Energiewende beitragen kann“, sagt Oliver Eisenhöld, Geschäftsfeldleiter Energie der Raiffeisen Ware Austria (RWA).

Dominik Wurzer von Wurzers Genuss- und Erlebnishof zieht ebenfalls eine positive Bilanz: „Nach dem ersten Jahr mit unserer Agri-PV-Anlage können wir ein durchwegs positives Fazit ziehen. Unsere Beeren sind sehr gut vor Unwettern und intensiver Sonneneinstrahlung geschützt, was sich in einer hervorragenden Fruchtqualität widerspiegelt. Besonders schön ist das positive Feedback unserer Kunden, die uns immer wieder erzählen, wie angenehm das Pflücken unter dem Solardach auch an heißen Sommertagen ist.“

Markus Wurzer ergänzt: „Es freut uns auch sehr, dass sich unsere Anlage zunehmend zu einer Plattform für den Austausch rund um das Thema Agri-PV entwickelt. Zahlreiche interessierte Gruppen und Experten haben unsere Anlage bereits besucht und wir durften bei mehreren Fachveranstaltungen über unsere Erfahrungen sprechen. Nach diesem ersten Jahr sind wir mehr denn je überzeugt, dass Agri-PV ein wichtiger Baustein einer nachhaltigen Landwirtschaft ist.“

Strombeeren ernten

Ein Teil des erzeugten Stroms wird über die Energiegemeinschaft „Strombeeren“ direkt in der Region genutzt. Haushalte, Betriebe und öffentliche Einrichtungen profitieren so von regional erzeugter Energie, während die Wertschöpfung im Mostviertel bleibt und die regionale Energieversorgung gestärkt wird, wie seitens der RWA unterstrichen wird.

red

PERSONELLES

Lorenz Mayr wird neuer Präsident der LK NÖ

Der Präsident der Landwirtschaftskammer Niederösterreich, Johannes Schmuckenschlager, will sich auf eigenen Wunsch künftig verstärkt seinen europäischen Aufgaben und seiner Tätigkeit im Nationalrat widmen. Die Kammerführung wird er in der nächsten Vollversammlung am 4. Dezember geordnet übergeben.

Das Präsidium des NÖ Bauernbunds hat deshalb den bisherigen Vizepräsidenten Lorenz Mayr einstimmig als künftigen Präsidenten und Irene Neumann-Hartberger als neue Vizepräsidentin der Landwirtschaftskammer Niederösterreich designiert.

„Mit Lorenz Mayr und Irene Neumann-Hartberger übernehmen zwei engagierte Persönlichkeiten die Arbeit in der bäuerlichen Interessenvertretung. Sie kennen die Anliegen der niederösterreichischen Bäuerinnen und Bauern und bringen diese mit Herzblut und Hausverstand bereits jetzt mit Nachdruck auf Bundesebene ein“, so NÖ-Bauernbundobmann und Landeshauptfrau-Stellvertreter Stephan Pernkopf.

red

Lorenz Mayr folgt auf Johannes Schmuckenschlager.



NÖ BAUERNBUND