Bäuerliche Selbstbedienungsläden weiter professionalisieren

Landwirtschaftskammern und Netzwerk Kulinarik wollen regionale Versorgung stärken – und präsentieren ein umfassendes Infopapier zur Selbstevaluierung.

Gutes Team: LK NÖ-Präsident Johannes Schmuckenschlager (links), Bundesministerin Elisabeth Köstinger, LK Kärnten-Präsident Siegfried Huber (rechts) © BMLRT / Paul Gruber

Selbstbedienungsläden sind eine Form der Direktvermarktung, die immer mehr Zuspruch in der Gesellschaft gefunden hat, denn das kontaktlose Einkaufen rund um die Uhr wird sehr geschätzt. Erstmalig wurden nun all die Fragen der Bäuer:innen rund um dieses komplexe Thema von den **Landwirtschaftskammern** Kärnten und Niederösterreich sowie

der **AMA Genuss Region** bzw. dem **Netzwerk Kulinarik** aufgegriffen und systematisch bearbeitet.

Bäuerliche Produzenten

Das lokale Produzieren und Konsumieren im Sinne einer kurzen Lebensmittelkette ist ein Weg, um nicht nur die Versorgung mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln zu gewährleisten, sondern auch ein faires Ein- kommen für Lebensmittelproduzenten zu erreichen und so die Existenz kleinstrukturierter bäuerlicher Produzenten abzusichern. „Viele Selbstbedienungsläden sind Teil der Antwort auf die Frage, wie Nahversorgung am Land aussehen kann. Durch professionelle und digitalisierte Selbstbedienungsläden können auch Synergieeffekte mit dem Tourismus genutzt werden, um zum Beispiel unseren Gästen kulinarische Highlights der jeweiligen Region näherzubringen. Es freut mich sehr, dass die AMA Genuss Region und die Landwirtschaftskammern Synergien nutzen, um die regionale Versorgung in den Regionen weiter voranzutreiben. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag, um den Konsument:innen einen unkomplizierten Zugang zu bäuerlichen Produkten zu ermöglichen und somit die Wertschöpfung in den Betrieben nachhaltig zu steigern“, freut sich Land- wirtschaftsministerin Elisabeth Köstinger.

Klare Positionierung

„Unser Ziel ist es, die Professionalität der bäuerlichen Direktvermarktung in Selbstbedienungsläden weiter zu erhöhen und deren klare Positionierung am Markt zu fördern. Das vorliegende Projekt zeigt, dass die Landwirtschaftskammern und das Netzwerk Kulinarik die Notwendigkeiten aus der Praxis erkannt haben, dieses komplexe Thema für die Bäuer:innen aufzuarbeiten“, betont Johannes Schmuckenschlager (Bild oben, links), Präsident der Landwirtschaftskammer Niederösterreich.

„Regionale Lebensmittel direkt vom Bauern erfreuen sich hoher Beliebtheit. Gerade bäuerliche Selbstbedienungsläden sind

daher eine Chance für Betriebe, ein zusätzliches Einkommen zu erwirtschaften. Mit dem Projekt wollen wir Bäuerinnen und Bauern unterstützen diese Chance zu ergreifen“, erklärt Siegfried Huber (Bild oben, rechts), Präsident der Landwirtschaftskammer Kärnten.

Enge Bedingungen

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die bäuerliche Direktvermarktung sind recht eng, trotzdem lohnt es sich bei der Vermarktung in Selbstbedienungsläden diesen Weg als eine Option im Auge zu behalten – nicht zuletzt, weil das für Kunden und Landwirte vielfältige Vorteile bieten kann. Um bei wachsendem Wettbewerbsdruck zu bestehen, ist es wichtig, sich an den Kundenbedürfnissen, allerdings stets im Rahmen der bäuerlichen Direktvermarktung, zu orientieren. Bei den umfassenden Vor-Ort-Erhebungen und qua- litativen Interviews mit Betreibern wurden die Bandbreite an Fragen erhoben und passende Werkzeuge entwickelt, um diese Fragen beantworten zu können.

Die erarbeiteten Werkzeuge sollen den bäuerlichen Betrieben einerseits eine Selbstevaluierung ermöglichen und andererseits eine gezielte Vorbereitung auf eine mögliche Fachberatung in den Landwirtschaftskam- mern sein.

Das Ergebnis in Kürze zusammengefasst:

• Eine umfassende FAQ-Liste beantwortet die häufigsten und wichtigsten Fragen von Betreibern.
• Der Entscheidungsbaum zeigt auf, ob es im Einzelfall sinnvoller ist, die Direktvermarktung als Landwirt oder im Gewerbe zu betreiben
• Eine Selbstevaluierung wird mithilfe einer Balanced Scorecard dargestellt, um auf einen Blick zu sehen, wo noch Entwicklungspotenzial für das Betreiben des Selbstbedienungsladens besteht.
• Die Betrachtung der digitalen Lösungen und der zur Auswahl

stehenden verschiedenen Funktionen gibt einen wichtigen Überblick über die digitalen Möglichkeiten
• Um auch die Kundensicht stets im Fokus zu haben, wurde ein **„Must have/Nice to have“-Merkblatt** erarbeitet, das die Pflichtanforderungen und darüber hinausgehende Optionen darstellt.

Von den erarbeiteten Werkzeugen profitieren nicht nur erfahrene Direktvermarkter, die ihre Vertriebskanäle um das Standbein „Selbstbedienungsladen“ erweitern oder professionalisieren möchten, sondern auch Neu- einsteiger in diesem Bereich.

Merkblatt Download unter www.lko.at

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at