

Zukunft Direktvermarktung: Wie Digitalisierung und Innovation Betriebe stärken

Die Digitalisierung und innovative Vertriebskanäle eröffnen für die landwirtschaftliche Direktvermarktung neue Chancen. Im gemeinsamen Projekt „Zukunft Direktvermarktung NÖ: digital, innovativ, kooperativ“ haben die Landwirtschaftskammer Niederösterreich, der Landesverband für bäuerliche Direktvermarkter Niederösterreich und die JA ZU NAH GmbH zukunftsweisende Vermarktungsstrategien beleuchtet und Leitfäden für die bäuerlichen Betriebe erstellt. „Unser Ziel ist es, die Direktvermarktungsbetriebe dabei zu unterstützen, den Anforderungen der modernen Märkte gerecht zu werden“, erklärten Landwirtschaftskammer NÖ-Vizepräsident Lorenz Mayr und der Obmann des Landesverbands für bäuerliche Direktvermarkter Johann Höfinger im Rahmen des heutigen Pressegesprächs. Karin Metz vom Mostviertler Bio Kürbushof Metz und Josef Sieder, Direktor der Landwirtschaftlichen Fachschule Pyhra, teilten ihre Erfahrungen aus der Praxis.



Die **Direktvermarktung** ist ein wichtiger Betriebszweig für die bäuerlichen Betriebe. Doch die Anforderungen an landwirtschaftliche Direktvermarktungsbetriebe verändern sich – und damit auch die Verkaufswege. Der wichtigste Vermarktungsweg ist nach wie vor der **Ab-Hof-Verkauf**. Auch Wochenmärkte, Bauernläden oder regionale Messen werden nach wie vor gerne genutzt. Doch alternative Absatzwege boomen, vor allem kontaktlose **digitale Vertriebswege** und **Automaten** gewinnen zunehmend an Bedeutung. Das Projekt „Zukunft Direktvermarktung NÖ: digital, innovativ und kooperativ“ hat die Chancen und Herausforderungen der neuen Möglichkeiten in der Direktvermarktung untersucht. **Lorenz Mayr**, Vizepräsident der Landwirtschaftskammer Niederösterreich, erklärte: „**Digitale Technologien** und kontaktlose Vertriebswege bieten enorme Potenziale, um den Betrieb effizienter zu gestalten und neue Zielgruppen zu erreichen. Wir möchten die Bäuerinnen und Bauern in Niederösterreich unterstützen, die Chancen der Digitalisierung in der Direktvermarktung zu nutzen und sich optimal auf die Zukunft vorzubereiten.“

Veränderte Verkaufswege: Digitale Wege im Aufschwung

Im Rahmen des Projekts wurden drei zukunftssträchtige Vertriebsmöglichkeiten beleuchtet: Digitale Tools und Vermarktungsplattformen, **Webshop** und **Click & Collect** sowie der Produktverkauf über Automaten. Diese Vertriebswege bieten Direktvermarktungsbetrieben die Chance, ihre Produkte auch außerhalb der klassischen Verkaufskanäle erfolgreich zu positionieren und neue Kunden zu gewinnen. Besonders die Online-Vermarktung gewinnt zunehmend an Bedeutung. Laut einer Studie von KeyQuest im Auftrag der **AMA GENUSS REGION** im Jahr 2022 nutzen bereits 14 Prozent der

landwirtschaftlichen Direktvermarktungsbetriebe einen eigenen Webshop. Auch der Verkauf über digitale Vermarktungsplattformen erfreut sich wachsender Beliebtheit, 10 Prozent der Befragten vertreiben ihre Produkte über diesen Weg. Hinzu kommen noch digitale Tools, wie z.B. Software-Anwendungen für die Buchhaltung, die bestimmte Aufgaben erleichtern. „Die richtige Kombination digitaler Maßnahmen ist entscheidend.“

Automaten: Flexibel und effizient

Auch der Verkauf mittels Automaten hat in den letzten Jahren stark an Popularität gewonnen. Bereits 8 Prozent der Direktvermarkter:innen setzen auf diese innovative Lösung. Automaten bieten eine flexible Möglichkeit, Produkte rund um die Uhr anzubieten und dabei den Personalaufwand zu minimieren. Johann Höfinger, Obmann des Landesverbands für bäuerliche Direktvermarkter Niederösterreich, betonte: „Automaten sind ein idealer Vertriebskanal für Betriebe, die ihre Produkte in ländlichen Regionen anbieten. Sie ermöglichen eine schnelle und effiziente Vermarktung rund um die Uhr und ohne zusätzlichen Personalaufwand.“

Einstieg in Online- und Automatenverkauf erleichtern

Im Rahmen des Projekts „Zukunft Direktvermarktung NÖ“ haben die Landwirtschaftskammer Niederösterreich, der Landesverband für bäuerliche Direktvermarkter Niederösterreich und die **JA ZU NAH GmbH** umfassende Beratungsunterlagen erstellt, um die Betriebe bei der Nutzung digitaler Absatzwege und dem Einsatz von Automaten zu unterstützen. Die Unterlagen bieten praxisnahe Informationen, etwa zur Einführung in die Online-Vermarktung, zum Warenwirtschaftsmanagement, zur Tourenplanung und zu rechtlichen Fragestellungen. Sie geben Tipps für einen professionellen Online-Auftritt und ein Self-Check hilft dabei, die

digitale Fitness des eigenen Betriebs einzuschätzen. Auch Personas wurden entwickelt, um Kundenbedürfnisse gezielt zu analysieren. Speziell für den Verkauf mittels Automaten wurden Checklisten, FAQs sowie betriebswirtschaftliche Kalkulationen erstellt, um eine fundierte Entscheidungsgrundlage zu bieten und Betrieben den Einstieg zu erleichtern. „Wir wollen die Bäuerinnen und Bauern nicht nur bei technischen Lösungen unterstützen, sondern bieten auch praxisorientierte Beratung zu rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen“, so Mayr und Höfinger.

Breites Beratungs- und Weiterbildungsangebot unterstützt Direktvermarktungsbetriebe

Die **Landwirtschaftskammer Niederösterreich** und der **Landesverband für bäuerliche Direktvermarkter** bieten umfangreiche Beratungs- und Weiterbildungsangebote. Die Landwirtschaftskammer Niederösterreich unterstützt Betriebe mit gezielten Beratungsangeboten, wie etwa der Einstiegsberatung Direktvermarktung oder dem Betriebs-Check Direktvermarktung. Die Inhalte reichen von praktischen Kursen zu Verarbeitung und Veredelung der Urprodukte, über das Marketing und die rechtlichen Rahmenbedingungen – wie die Lebensmittelhygiene oder die Trinkwasserverordnung – bis hin zu Angeboten zur Stärkung persönlicher und betrieblicher Ressourcen. In der kommenden Kurssaison wird ein besonderer Fokus auf Online-Vertrieb und digitale Werkzeuge gelegt.

Erfolgsgeschichten der Direktvermarktung und Ausbildungsschwerpunkt

Der Mostviertler **Bio Kürbishof Metz** in Stadt Haag betreibt seit dem Jahr 2000 Direktvermarktung von 150 verschiedenen Speise- und Zierkürbissorten. Aus den Kernen des Ölkürbisses wird Kürbiskernöl gepresst. Ebenso erzeugt Familie Metz viele weitere Produkte vom Kürbis sowie selbst kaltgepresste Öle

(Leinöl, Hanföl, Rapsöl, Nussöl). Das Produktsortiment wird ab Hof verkauft, auf Märkten und Messen angeboten und an zahlreiche Wiederverkäufer geliefert. „Seit 2019 setzen wir zusätzlich auf die Online-Vermarktung unserer Produkte“, erklärte Karin Metz und sagte weiter: „Dadurch erreichen wir eine größere Zielgruppe, unser Kundenkreis hat sich erweitert, da nun auch Konsumentinnen und Konsumenten, die nicht ums Eck wohnen, unsere Produkte beziehen können.“

Auch in der Ausbildung der Hofnachfolgerinnen und Hofnachfolger spielt die Direktvermarktung eine wesentliche Rolle. Die Landwirtschaftliche Fachschule Pyhra hat diese bereits seit mehreren Jahrzehnten fest in den Lehrplan integriert. Ebenso betreibt die Schule einen Hofladen und bietet ihre Produkte seit 2021 auch über einen Automaten beim Landhaus in St. Pölten an, der von mehreren niederösterreichischen Landwirtschaftlichen Fachschulen bestückt wird. Direktor **Josef Sieder** betonte: „Direktvermarktung erfordert Kenntnisse in Produktion, **Marketing** und auch in betriebswirtschaftlichen Aspekten. Wir wollen den künftigen Hofübernehmerinnen und Hofübernehmer beibringen, wie sie die Direktvermarktung als betriebliches Standbein nutzen und so die Wertschöpfung auf ihren Betrieben und damit in den Regionen halten können. Mit dem schuleigenen Hofladen und durch neue Vertriebswege wollen wir den Schülerinnen und Schülern einen entsprechenden Praxisbezug ermöglichen.“

Die Beratungsunterlagen dazu sind unter dem Link <https://noe.lko.at> im Bereich „Broschüren und Infomaterial – Diversifizierung“ zu finden.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at