

Gründung des Verbands bäuerlicher Direktvermarkter Österreich

Der neu gegründete Verband bäuerlicher Direktvermarkter Österreich – Gutes vom Bauernhof bündelt die Interessen der landwirtschaftlichen Direktvermarktung. Das Ziel ist es, mit einer Stimme aufzutreten und gemeinsam Zukunftsstrategien zu entwickeln. Die Bedeutung und Professionalisierung der Direktvermarktung nimmt stetig zu, und der Verband möchte bäuerliche Betriebe sichtbarer machen. Durch ab Hof-Verkauf, Lieferservices und Webshops können Konsumenten regionale Produkte direkt beim Bauern erwerben.



(v.l.n.r.) Lorenz Mayr (NÖ, Obmann-Stellvertreter), Hannes Danzl (Tirol, Kassier), Petra Pobaschnig (Kärnten, Schriftführerin), Martina Ortner (Geschäftsführung, LKÖ), Karl Grabmayr (Oberösterreich, Obmann), Markus Hillebrand (Steiermark, Obmann-Stellvertreter) (@LKÖ/Tanja Pittner)

Ab sofort werden die Interessen der landwirtschaftlichen Direktvermarktung noch besser in einem bundesweiten Verein gebündelt. Gestern fand in Linz die konstituierende Generalversammlung des neu gegründeten „Verbands bäuerlicher Direktvermarkter Österreich – Gutes vom Bauernhof“ statt. Mitglieder sind die Verbände der einzelnen

Bundesländer, die Landes-Landwirtschaftskammern und die LK Österreich. Zum Obmann wurde Karl Grabmayr aus Oberösterreich gewählt.

Er zählt ebenso zum Vorstand wie seine beiden Stellvertreter Lorenz Mayraus Niederösterreich und der Steirer Markus Hillebrand, die Kärntnerin Petra Pobaschnig und der Tiroler Hannes Danzl. Die Geschäftsführung übernimmt Direktvermarktungsexpertin Martina Ortner aus der LK Österreich.

Das lesen Sie in diesem Artikel

- **Bündelung der Interessen für eine starke Direktvermarktung**
- **Bedeutung und Professionalisierung der Direktvermarktung nehmen zu**
- **Ab Hof, Lieferservices, Webshops und “Schmankerl Navi”-App**
- **Herausforderungen und Chancen für bäuerliche Betriebe in der Direktvermarktung**

Bündelung der Interessen für eine starke Direktvermarktung

“In einer Zeit hart umkämpfter Märkte ist es von größter Bedeutung, dass die bäuerliche Direktvermarktung auf Bundesebene mit einer Stimme spricht und geeint auftritt. Daher ist es unser Ziel, die Interessen aller Bundesländerverbände und ihrer Mitglieder unter einem Dach zu vereinen und gemeinsam Zukunftsstrategien zu entwickeln. Durch Projekte und Kooperationen sollen die bäuerliche Direktvermarktungsbetriebe noch stärker vernetzt, zukunftsfit gemacht und auf ihrem Erfolgsweg unterstützt werden”, betonte LKÖ-Präsident Josef Moosbrugger.

“Wir wollen den Bäuerinnen und Bauern vermitteln, wann und warum es

sich lohnt, eigene Erzeugnisse direkt zu vermarkten. Gleichzeitig möchten wir den Konsumentinnen und Konsumenten näherbringen, wie es der eigenen Versorgung, den regionalen Wertschöpfungsketten und auch dem Klima nützt, Lebensmittel unmittelbar bei Bäuerinnen und Bauern einzukaufen“, unterstrich LK Oberösterreich-Präsident Franz Waldenberger bei der Generalversammlung.

Bedeutung und Professionalisierung der Direktvermarktung nehmen zu

„Eine wichtige Aufgabe ist es daher, bäuerliche Betriebe mit Direktvermarktung noch sichtbarer zu machen. Konsumentinnen und Konsumenten, die bei bäuerlichen Familienunternehmen einkaufen wollen, sollen die Betriebe eindeutig erkennen und auffinden können. Da es mit der Marke ‘Gutes vom Bauernhof’ bereits ein klares und gut bekanntes Zeichen gibt, wird der neu gegründete Bundesverband die Marke führen und weiterentwickeln“, hob Vereinsobmann Grabmayr hervor.

Die Direktvermarktung hat für Österreichs Bäuerinnen und Bauern einen hohen Stellenwert. 28% der Betriebe, die an den Programmen der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) teilnehmen, bzw. rund 30.000 landwirtschaftliche Familienunternehmen vermarkten einen Teil ihrer Produkte selbst. Im Durchschnitt erwirtschaften diese Höfe 33% ihres landwirtschaftlichen Einkommens mit der Direktvermarktung. Durch die Diversifizierung und die Verkürzung der Versorgungsketten gelingt es vielen Betrieben, die Wertschöpfung für ihre Erzeugnisse zu steigern.

Studien der letzten Jahre zeigen, dass die wirtschaftliche Bedeutung und die Professionalisierung der Direktvermarktung stetig zunehmen. „Dass Bäuerinnen und Bauern die Direktvermarktung als zukunftssichernd für ihren Betrieb sehen, zeigt sich darin, dass jeder zehnte Betrieb plant, in die Direktvermarktung einzusteigen“, so Vereins-Geschäftsführerin Ortner.

Ab Hof, Lieferservices, Webshops und “Schmankerl

Navi“-App

Erhältlich sind bäuerliche Produkte ab Hof, in Selbstbedienungsläden, auf Märkten, im Einzelhandel und in Supermärkten. Viele Betriebe liefern die Produkte regelmäßig zu Stammkundinnen und -kunden und auch über Webshops können Direktvermarktungsprodukte erworben werden.

Hilfreich bei der Suche sind die Homepage www.gutesvombauernhof.at und die „Schmankerl Navi“-App. Mittels Suchfunktion kann nach gewünschten Produkten, Direktvermarktungsbetrieben und Regionen gesucht werden. Die App entdeckt bäuerliche Lebensmittel in der Nähe oder entlang der geplanten Route.

Herausforderungen und Chancen für bäuerliche Betriebe in der Direktvermarktung

Die Diskussionsbeiträge bei der Generalversammlung zeigten die einhellige Meinung der Mitglieder, wonach es gerade für bäuerliche Betriebe herausfordernd ist, sich auf den Märkten zu behaupten. Es geht darum, gute Lösungen zu entwickeln, um interessierte Konsumentinnen und Konsumenten zu erreichen, sie von den Vorteilen zu überzeugen und starke Verbindungen zu Direktvermarkterinnen und Direktvermarktern zu schaffen.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at