Presseinformation

14. Dezember 2006

„Ab Hof“ als große Chance für Bauern

Studie des „Club Niederösterreich“ zur Direktvermarktung

Dass sich die Direktvermarktung von Nahrungsmitteln aus eigener Erzeugung bei heimischen Bauern und Winzern als wichtiges Standbein etabliert hat, untermauert der Meinungsforscher Rudolf Bretschneider in dem in diesen Tagen im Rahmen der Schriftenreihe des „Club Niederösterreich“ erschienenen Beitrag „Die Chancen der Direktvermarktung“.

Aus einer vom Fessel-Institut erhobenen Studie zum Ernährungsbewusstsein der Österreicher geht hervor, dass gutes Essen und Trinken mit fast 90 Prozent einen hohen Stellenwert bei der Bevölkerung haben. Auch die Bedeutung der Ernährung für die Gesundheit wird als besonders wichtig erachtet, Frische und Naturbelassenheit sind dabei die obersten Qualitätskriterien bei Lebensmitteln.

Als gute Voraussetzung für die bäuerliche Direktvermarktung sieht die Umfrage auch das positive Image des ländlichen Raumes und seiner Bewohner. So werden Bauern im Allgemeinen Gastfreundlichkeit, Fleiß, Naturverbundenheit, ein hohes Maß an Verantwortung sowie Ehrlichkeit zugestanden. Das beweist laut Bretschneider, dass die Bevölkerung Österreichs der Meinung ist, einen fachlich hoch qualifizierten Bauernstand im Land zu haben.

Trotz dieser positiven Aspekte stagniert die Direktvermarktung. Zwischen 2002 und 2005 sanken sowohl die Käuferreichweite als auch der Wertanteil des Ab Hof-Verkaufs. Dabei sind es die Supermärkte und Diskonter, die als wichtigste Nahversorger Kundschaft abziehen. Auch für Bio-Produkte sind Supermärkte mittlerweile die häufigste Bezugsquelle.

Bretschneider sieht für die Direktvermarktung zwei Strategien, trotz der harten Konkurrenz auf dem Markt bestehen zu können – erstens eine kompromisslos hohe Qualität und zweitens eine nicht zu unterschätzende soziale Komponente. Gleichzeitig fordert er eine höhere Professionalität in der Planung, im Auftritt der Anbieter, im Marketing und den Kundenansprechtechniken.

Wesentlich ist auch, wie Landesrat Dipl.Ing. Josef Plank in seinem Geleitwort feststellt, dass die Direktvermarktung einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der Regionen leistet. Laut jüngster Umfrage sichert sie allein in Niederösterreich über 5.000 Arbeitsplätze.

Das Heft „Die Chancen der Direktvermarktung“ ist beim Club Niederösterreich, 1010 Wien, Bartensteingasse 4/16, unter 01/533 84 01 oder unter e-mail info@clubnoe.at erhältlich.

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung
Landesamtsdirektion – Pressedienst
www.noe.gv.at/presse
E-Mail: presse@noel.gv.at
E-Mail: presse@noel.gv.at

Presseinformation

Zu diesem Artikel gibt es eine unterstützende Audiodatei. Diese ist zum Download nicht mehr verfügbar. Bitte wenden Sie sich an: presse@noel.gv.at

E-Mail: presse@noel.gv.at