



Mehr bäuerliche Produkte direkt vermarkten: Das ist das Ziel der Direktvermarkter-Offensive.

## „Direktvermarktung hat Zukunft“

Mit einer Direktvermarkter-Offensive will der Südtiroler Bauernbund die Direktvermarktung forcieren. Was es für eine erfolgreiche Direktvermarktung braucht, war Thema der vierten Fachtagung zur bäuerlichen Direktvermarktung des Südtiroler Bauernbundes in der Messe Bozen. VON MICHAEL DELTEDESCO

Während in anderen Regionen die Direktvermarktung eine große Bedeutung hat, ist sie in Südtirol noch eine Nische. Das soll sich aber bald ändern. „Mit einer Direktvermarkter-Offensive wollen wir den Einstieg in die Direktvermarktung erleichtern und insgesamt die Landwirtschaft stärken und vielfältiger machen“, sagte Hans J. Kienzl, der Leiter der Abteilung Marketing im Südtiroler Bauernbund. Über 400 Direktvermarkter gibt es in Südtirol, bis 2030 sollen es 800 werden.

Angeboten wird u. a. eine umfassende Ausbildung samt Abschlussprüfung. Zudem steht interessierten Bäuerinnen und Bauern

im nächsten Jahr ein Berater-Pool zur Verfügung. „Dadurch erhalten die Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter eine schnelle und professionelle Beratung und Begleitung“, erklärte Kienzl. Zusätzlich werden die Kommunikation und das Marketing gestärkt.

### Logistik und Vertrieb stärken

Eine Schwäche der Direktvermarktung waren bisher die Logistik und der Vertrieb. Hier wolle der Bauernbund ansetzen und neue Vertriebswege öffnen, sagte Kienzl. Interessierte beim Vertrieb zu unterstützen, sei die

größte Herausforderung der Direktvermarkter-Offensive. Bis es so weit sei, werde es aber noch etwas dauern.

Dass die Direktvermarktung großes Potenzial hat, unterstrich Bauernbund-Landesobmann Leo Tiefenthaler. „Die Direktvermarktung hat Zukunft. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten wollen wissen, wer ihre Lebensmittel herstellt und wie sie erzeugt werden. Zudem spielen Qualität und Regionalität eine immer größere Rolle. Hinzu kommt der Wunsch, durch kurze Transportwege das Klima zu schützen. Das alles spricht klar für die Direktvermarktung.“



Neben privaten Konsumenten seien heimische bäuerliche Produkte auch für die Gastronomie und den Tourismus interessant. Daher müsse die Zusammenarbeit mit Gastwirten und Hoteliers gestärkt werden.

Für Landesrat Arnold Schuler erlebt die Direktvermarktung eine Renaissance. „Früher war es normal, direkt beim Bauern einzukaufen. Dann ist diese ‚Tradition‘ etwas verloren gegangen. In letzter Zeit gewinnen Bauernmärkte oder der Ab-Hof-Verkauf wieder an Bedeutung. Diese Chance müssen wir nutzen und die Direktvermarktung weiterentwickeln.“

Derzeit gebe es Überlegungen, bei der Einstufung von touristischen Betrieben die Regionalität mit zu berücksichtigen. Zudem sollten in den Detailhandelsgeschäften der Genossenschaften mehr heimische Produkte verkauft werden können. „Eine Chance könnte auch sein, leer stehende Geschäfte in den Dörfern anzumieten, um dort heimische Lebensmittel zu verkaufen.“ Solche Initiativen möchte die Politik unterstützen.

## Direkt Vermarktung

### Direktvermarktung ist kein Selbstläufer

Trotz guter Voraussetzungen sei die Direktvermarktung kein Selbstläufer, erinnerte Siegfried Pöchtrager von der Universität für Bodenkultur in Wien: „Ein Einstieg muss gut überlegt sein. Jede Bäuerin und jeder Bauer muss sich fragen, ob die für die Direktvermarktung nötigen personellen und zeitlichen Ressourcen vorhanden sind, denn die Direktvermarktung ist zeitintensiv. Auch muss geprüft werden, ob es überhaupt eine Nachfrage für ein Produkt gibt.“ Zudem seien oft Investitionen nötig, daher seien auch finanzielle Ressourcen wichtig.

Neben der Herstellung eines hochwertigen Produktes entscheidet der Vertrieb über den Erfolg. „Aber gerade für Vertrieb und Marketing bleibt oft nur wenig Zeit“, sagte Pöchtrager. Daher müsse mehr Wert auf den Vertrieb gelegt werden. Zudem müssten die Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter den Mut haben, einen angemessenen Preis zu verlangen.

### Tipps vom „Paradeiser-Kaiser“

Einer der erfolgreichsten und bekanntesten Direktvermarkter Österreichs ist Erich Stekovics, besser bekannt als „Paradeiser-Kaiser“. Auf seinem Hof im Burgenland baut Stekovics über 3200 Tomatensorten, mehr als 1200 Chili-Arten und über



„Paradeiser-Kaiser“ Erich Stekovics gab Einblick in seine erfolgreiche Arbeit als Direktvermarkter.

30 verschiedene Zwiebelsorten sowie auf 30 Hektar Knoblauch an. Um erfolgreich zu sein, müssten Direktvermarkter eine große Leidenschaft für ihre Arbeit und ihr Produkt mitbringen, erklärte Stekovics. Zudem sei der direkte Kontakt mit den Konsumentinnen und Konsumenten wichtig und einer der großen Vorteile der Direktvermarktung. Daher gibt es bei Stekovics einmal täglich eine vierstündige Führung.

Vorbild für Stekovics waren die Winzer. Sie hätten es geschafft, aus einem einfachen Produkt wie Trauben ein Kultprodukt zu machen. Stekovics hat seinem Gemüse eine Bühne gegeben und ist damit äußerst erfolgreich. „Ein Produkt wird zu einem Star, wenn es eine Geschichte dazu gibt.“ Den Besucherinnen und Besuchern der Direktvermarkter-Fachtagung riet Stekovics, immer neugierig und innovativ zu sein und nicht zu jammern. Denn innovative Bauern hätten keinen Grund zum Jammern.

### Einblick in erfolgreiche Betriebe

Dass es auch in Südtirol erfolgreiche und innovative Direktvermarkter gibt, zeigten Lukas Unterhofer vom Valentinhof in Meran und David Perathoner von Davids Goashof in Lajen. Sie bauen Obst und Gemüse an bzw. verarbeiten Ziegenmilch. Auf der Tagung gaben sie einen Einblick in ihre Betriebe und verrieten, was es für eine erfolgreiche Direktvermarktung braucht. ▴



Südtiroler  
Bauernbund

PUSTERTAL

## Bezirks- versammlung

Am Montag, 6. Dezember,  
mit Beginn um 13 Uhr  
im Michael-Pacher-Haus in  
Bruneck

### Programm

- Eröffnung und Begrüßung – Anton Tschurtschenthaler, Bezirksobmann
- „Die vielen neuen Auflagen belasten unsere Bergbauern“ – Anton Tschurtschenthaler, Bezirksobmann
- „Gemeinsam Neuerungen bewältigen“ – Walter Hintner, Bezirksleiter
- Grußworte und Verleihung der Erbhofurkunde – Arnold Schuler, Landesrat
- „Was braucht die Berglandwirtschaft, um Zukunft zu haben?“ – Franz Fischler, EU-Agrarkommissar außer Dienst
- Grußworte

Alle Mitglieder des Bauernbundes, der Bäuerinnenorganisation, der Bauernjugend und der Seniorenvereinigung sind eingeladen und willkommen. Die musikalische Umrahmung gestaltet die „Jergina Böxamusig“, die Bäuerinnen des Bezirkes laden zum Umtrunk ein. Es gelten die aktuellen Covid-19-Bestimmungen. Einlass nur mit gültigem „Green Pass“.

Die Bezirksversammlung wird auch online übertragen. Den betreffenden Link erhalten Interessierte rechtzeitig vom Bauernbund-Bezirksbüro Pustertal.