

## Steirische Landwirtschaftskammer forciert neue Direktvermarktungswege

Utl.: Studie: Noch großes Marktpotenzial für Direktvermarkter vorhanden =

Graz, 2. August 2002 (AIZ). - Die Direktvermarktung hat in der heimischen Landwirtschaft bereits einen großen Stellenwert, das Marktpotenzial ist allerdings noch längst nicht ausgeschöpft. Dies geht aus einer Studie hervor, die die Landwirtschaftskammer Steiermark heute präsentierte. "Die privaten Haushalte geben für Direktvermarktungsprodukte österreichweit rund EUR 1,1 Mrd. aus. Das sind knapp 8% der Gesamtlebensmittelausgaben", erklärte Robert Schöttel, Marktreferent der Kammer. 1995 betrug dieser Anteil noch rund 5%. Steiermarkweit geben die Konsumenten jährlich rund EUR 180 Mio. für Direktvermarktungs-Spezialitäten aus. Das Marktpotenzial für diese Produkte in der grünen Mark beträgt rund EUR 420 Mio. Somit sind erst rund 40% ausgeschöpft.

Zwtl.: Jeder zweite Haushalt kauft Eier direkt bei bäuerlichem Betrieb

"In der Steiermark haben sich rund 7.000 bäuerliche Betriebe auf Direktvermarktung spezialisiert, das sind rund 14% aller heimischen Bauernhöfe", so Schöttel. Besondere Renner beim Direkteinkauf sind Eier, Kartoffeln, Fleisch, Frischmilch und Frischgemüse. Der Verkaufswert dieser bäuerlichen Produkte stieg in den letzten Jahren um durchschnittlich 10 bis 15%. 2001 kauften beispielsweise 55% aller Privathaushalte Eier direkt beim Bauern. Bei Kartoffeln waren es 47%, bei Fleisch knapp 18%.

Zwtl.: Auch künftig große Bedeutung der Bauernmärkte

Die wesentlichsten Absatzkanäle der Direktvermarkter sind der Ab-Hof-Verkauf (47% Anteil) sowie Bauernmärkte (18%), Buschenschenken liegen bei 9%. "Die Studie der steirischen Landwirtschaftskammer zeigt ferner, dass Bauernmärkte auch künftig eine wesentliche Bedeutung für den Direktabsatz von landwirtschaftlichen Spezialitäten haben werden. Auch der Ab-Hof-Verkauf wird künftig eine wichtige Rolle spielen", erläuterte Schöttel. Im Trend liegen auch Buffets mit bäuerlichen Spezialitäten, "Shop-in-Shop-Projekte" und Buschenschenken.

Auf Grund dieser Studienergebnisse forciert die steirische Landwirtschaftskammer folgende Projekte: die Qualitätsoffensive Grazer Bauernmärkte, die Shop-in-Shop-Projekte (bereits 40 "Bauernecken" in kleinen Lebensmittelgeschäften umgesetzt und in Planung). Weiters werden der Ausbau von Qualitäts-Buschenschenken und die Gütesiegeloffensive unterstützt, ferner soll die landesweite Marke "Gutes vom Bauernhof" forciert werden.

Zwtl.: Qualitätsoffensive auf Grazer Bauernmärkten

"Im Rahmen der Qualitätsoffensive sollen alle 15 Grazer Bauernmärkte jetzt noch attraktiver werden. 250 Marktbeschicker haben sich zur größten Grazer Innenstadtinitiative zusammengetan, um diesen wichtigen Teil der städtischen Nahversorgung zu erhalten sowie zu verbessern", unterstreicht LK-Vizepräsidentin Lisl Leitner. Mit einer Qualitätsoffensive und unzähligen Aktionen soll die Innenstadt belebt werden. Die Bauernmärkte sollen ferner Treffpunkt neuer Kundenschichten werden. Alle Direktvermarkter, die an dieser Qualitätsoffensive teilnehmen, führen das "Gütesiegel der österreichischen Direktvermarkter". Dieses stellt hohe Anforderungen hinsichtlich Produktion, Verarbeitung und Hygiene auf den Bauernhöfen. Außerdem unterziehen sich die bäuerlichen Produzenten speziellen Schulungen. Neben der verpflichtenden Eigenkontrolle werden die Gütesiegelbetriebe von einem unabhängigen Kontrollbeirat - Verein für Konsumenteninformation, einem staatlich geprüften Lebensmittellabor und Vertretern der Landwirtschaftskammer - kontrolliert.

(Schluss)

Rückfragehinweis: AIZ - Agrarisches Informationszentrum, Pressedienst  
Tel: 01/533-18-43, <mailto:pressedienst@aiz.info>  
<http://www.aiz.info>  
FAX: (01) 535-04-38

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER  
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS \*\*\*

OTS0108 2002-08-02/12:53

021253 Aug 02

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20020802\\_OTS0108](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20020802_OTS0108)