Regionale Produktketten von Bio-Brotgetreide in NÖ:

Stärken, Schwächen, Chancen, Hemmnisse, Unterstützungsmaßnahmen





Heidi Leitner, Paul Axmann, Ruth Bartel-Kratochvil

Universität für Bodenkultur Wien Department für Nachhaltige Agrarsysteme

Warum regionale Produktketten?

Regionale Produktketten - Produktketten, in denen zwischen den AkteurInnen (LandwirtInnen, BäckerInnen, MüllerInnen, KonsumentInnen) räumliche Nähe besteht leisten besondere Beiträge zur Nachhaltigen Entwicklung (mehr Wertschöpfung und Arbeitsplätze in der Region, häufig niedrigerer Transportaufwand, Erhaltung der Kulturlandschaft, Stärkung regionaler Identität und Tradition). Zwischen Biolandbau und regionalen Produktketten gibt es ganz besondere Synergien: Die positiven Wirkungen und Ziele des Biolandbaus können auf regionaler Ebene besser umgesetzt und verstärkt werden; die KonsumentInnen setzen bei Bio-Produkten oft voraus, dass

In Niederösterreich (NÖ) wird - insbesondere nach dem "Umstellungsboom" unter den Ackerbaubetrieben - viel Bio-Getreide produziert, gleichzeitig gibt es aber kaum regionale Kooperationen entlang der Produktkette. Die Anzahl der Mühlen und Bäckereien sinkt seit dem EU-Beitritt drastisch und kontinuierlich; der Löwenanteil des Bio-Getreides fließt in große Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen.





Das Forschungsprojekt:

Von Feb. 2005 bis Mai 2007 wurden in NÖ 20 AkteurInnen der (Bio-) Brotgetreidewirtschaft (LandwirtInnen, BäckerInnen, MüllerInnen, HändlerInnen, InteressensvertreterInnen) interviewt, 2 Workshops durchgeführt und 2 Diplomarbeiten erstellt. Ziel des Projektes war es, gemeinsam mit den AkteurInnen Motive, Ziele und Visionen der InitiatorInnen sowie Erfolgsfaktoren, Stärken, Schwächen, Chancen und Hemmnisse regionaler Produktketten herauszuarbeiten und daraus Potenziale für die Zukunft sowie erforderliche Unterstützungsmaßnahmen abzuleiten.

Stärken und Chancen in regionalen Produktketten:

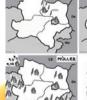
- hohe Produktqualität (regional, handwerklich, biologisch, frisch, traditionelle Herstellungsverfahren wie z.B. Holzofen, Sauerteig, Vollkornprodukte)
- besondere Serviceleistungen (individuelle Beratung und eingehen auf Sonderwünsche wie z.B. Spezialbrote für Allergiker)
- hohe Arbeitsqualität
- Know-how über die gesamte Produktkette und deren AkteurInnen
- intensive soziale Beziehungen zu GeschäftspartnerInnen und KonsumentInnen (> Wertschätzung, Vertrauen, Fairness, Solidarität, Verbundenheit, Transparenz)
- Innovationsgeist und die Bereitschaft, neues Wissen zu erwerben (> Vorbildfunktion für andere Betriebe, Weitergabe des Wissens)
- erwartete steigende Wertschätzung von Seiten der v.a. städtischen KonsumentInnen
- Erschließung neuer Vermarktungswege und Kooperationsmöglichkeiten
- die größte Stärke: starke Identifikation mit der Region,
- dem regionalen Gedanken

Schwächen und Hemmnisse in regionalen Produktketten:

- Mangel an familiärem Rückhalt bzw. Verständnis für die Art der Unternehmensführung
- fehlende Budgets für Werbung und Marketing
- fehlende Skaleneffekte
- hohe Anforderungen an Unternehmensplanung und Betriebsführung ("Allrounder" gefragt)
- hohe Arbeitsbelastung und damit Gefahr der Selbstausbeutung
- Nachwuchs- und Fachkräftemangel
- mangelnde Qualität und fehlende Strukturen in der regionalen Bio-Rohstoffbeschaffung (insbes. von in geringeren Mengen benötigten Zutaten)
- Neid und Missgunst in der Branche
- Dominanz des konventionellen Lebensmitteleinzelhandels am Biomarkt
- fehlende Unterstützung durch die regionale, v.a. ländliche Bevölkerung (> regionaler Absatz schwierig)
- mangelndes Bewusstsein bei den KonsumentInnen für die Qualität regionaler Lebensmittel und fehlende Zahlungsbereitschaft
- mangelnde Unterstützung durch Gesetzgebung und Politik













Unterstützungsmaßnahmen:

- betrieblich: Spezialisierung, Steigerung der Produktqualität, weitere Verbesserung von Serviceleistungen im KundInnenkontakt, Steigerung der Effizienz und Wirtschaftlichkeit betrieblicher Abläufe (Produktion, Vermarktung, Logistik, Unternehmensplanung), Weiterbildung. • überbetrieblich: Kooperationen auf horizontaler und vertikaler Ebene, kooperative Marktstudien
- durch Politik & Verwaltung: einzelbetriebliche Förderung (Beratungsangebote), Förderung der regionalen Wirtschaft (regionale Wirtschaftsplattformen, regionale Entwicklungsprogramme, Anreize durch Ausschreibungen), gute Aufbereitung und Zugänglichkeit bereits bestehender Angebote und Initiativen, Informations- und Aufklärungskampagnen für KonsumentInnen
- durch die Forschung: weitere, anwendungsorientierte Forschung inkl. dem Anstoßen konkreter Kooperationen (derzeit in Planung: Unterstützung regionaler Kooperationen von Bio-Beeren- und Steinobst)
- die wichtigste Forderung: "Bekenntnis" zur Region von Seiten der Politik, der Konsumentinnen, der regionalen Wirtschaftstreibenden, das sich in <mark>einem Selbstverständnis ausdrückt, mit dem regionale Betriebe unterstützt und regionale Produkte gekauft werden.</mark>

Wir danken allen beteiligten AkteurInnen für Ihr Engagement sowie dem Land Niederösterreich für die finanzielle Unterstützung des Forschungsvorhabens! Kontakt: Ruth Bartel-Kratochvil\nstitut für Ökologischen Landbau, Department für Nachhaltige Agrarsysteme, ruth.kratochvil@boku.ac.at