

Regionale Produktketten von Bio-Brotgetreide in NÖ: Stärken, Schwächen, Chancen, Hemmnisse, Unterstützungsmaßnahmen

Heidi Leitner, Paul Axmann, Ruth Bartel-Kratochvil

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 sie aus der Region stammen.

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 **Misgunst** in der Branche
- Dominanz des **konventionellen Lebensmittel Einzelhandels** 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**: „**Bekennnis**“ zur **Region** von Seiten der **Politik**, der **KonsumentInnen**, der **regionalen Wirtschaftstreibenden**, das sich in einem Selbstverständnis ausdrückt, mit dem regionale Betriebe unterstützt und regionale Produkte gekauft werden.

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