

Gemüseselbstbedienung statt Großhandel

Von der geteilten Landwirtschaft über das Gemüsekisterl bis zum Selbstbedienungsgeschäft: Landwirte und Konsumenten kehren dem Großhandel den Rücken und werden im Direktverkauf kreativ.

Nora Laufer

Wien – Solidarische Landwirtschaften, Food-Kooperationen und Selbstbedienungscontainer für regionale Produkte: Direktvermarktung regionaler Lebensmittel geht längst über den Ab-Hof-Verkauf hinaus. „Österreichische Konsumenten haben ein wachsendes Interesse an der Herkunft ihrer Lebensmittel“, sagte Marlene Wolfsteiner von Bio Austria dem STANDARD. Dieser Trend mache sich im steigenden Direktverkauf bemerkbar.

Die bekanntesten Formen wären nach wie vor der Ab-Hof-Verkauf und Bauernmärkte. Letztere würden vor allem in Städten immer beliebter, heißt es bei Bio Austria. Aber auch andere Modelle finden Zulauf: Österreichweit gibt es mittlerweile rund 80 Lebensmittelkooperativen.

Bei den Einkaufsgemeinschaften schließen sich Privatpersonen zusammen und organisieren Sammelbestellungen von unterschiedlichen Höfen für alle Mitglieder. „So muss nicht mehr jeder einzeln zum Käse-, Getreide- und Gemüsebauern fahren“, erklärt Wolfsteiner. Die Lebensmittel werden dann in einem gemeinsamen Lager bereitgestellt, für das entweder alle Mitglieder einen Schlüssel besitzen oder für das festgelegte Abholzeiten gelten.

Ein weiteres Modell sind solidarische Landwirtschaften. Bei diesen schließen sich Landwirte mit Konsumenten zusammen und entwickeln einen Budgetplan für den jeweiligen Hof. Die Konsumenten übernehmen die laufenden Kosten der Landwirtschaft – von Gemüsesamen bis zur Krankenversicherung des Bauern –

und erhalten im Gegenzug die angebauten Produkte. „Die Konsumenten zahlen also nicht für die Lebensmittel, sondern für die Landwirtschaft selbst“, sagt Wolfsteiner. Derzeit gibt es in Österreich zwischen 25 und 30 solidarische Landwirtschaften.

Auch Obst- und Gemüsekisten werden – vor allem in Städten – immer beliebter. Dabei liefern Landwirte ihre Produkte wöchentlich in Kisten direkt vor die Haustür. Den genauen Inhalt können sich die Konsumenten meistens nicht aussuchen, die Produkte werden je nach Saison angepasst.

Viele Modelle sind aufgrund des vergleichsweise hohen Zeit- oder Kostenaufwands nicht für die breite Masse ausgelegt.

„Die Produkte sind nicht immer und jederzeit verfügbar“, sagt

Wolfsteiner. Deshalb seien Food-Kooperationen, in denen die Regale nicht immer gefüllt sind und die zumeist keine geregelten Öffnungszeiten haben, vor allem für jene Menschen interessant, die grundsätzlich starkes Interesse an regionalen Produkten zeigen.

Eine Speisekammer für alle

Aber nicht nur für Konsumenten ist die Vertriebsart interessant, auch für Landwirte selbst: Durch den direkten Verkauf fällt die Handelsspanne weg. „Der Preis wird nicht diktiert“, sagte Wolfsteiner.

Robert und Raza Holzer haben schon vor einigen Jahren begonnen, ihre Produkte direkt zu vermarkten: In umgebauten Containern namens Landspeis verkauft das Ehepaar aus dem nördlichen

Weinviertel sein eigenes Obst, Gemüse und fertig verarbeitete Produkte wie Säfte und Öle. Die Holzers setzen auf das Vertrauen ihrer Kunden. Die sechs Container sind reine Selbstbedienungsgeschäfte, die 24 Stunden am Tag geöffnet sind. Die Lebensmittel sind entweder kiloweise oder pro Stück mit Preisen versehen, Kunden rechnen den Betrag selbst zusammen und bezahlen vor Ort.

Das System soll die Produkte in die Nähe der Konsumenten bringen, statt diese ab Hof zu verkaufen. Die Container sind deshalb an stark frequentierten Orten wie Kreuzungen und Bahnhöfen platziert. Auch Lebensmittel anderer Bauern, wie zum Beispiel Milch oder Fleisch, werden angeboten. Dadurch sollen Kunden ein breites Spektrum an regionalen Le-

bensmitteln erwerben können, ohne viele verschiedene Höfe aufsuchen zu müssen.

Die zwei Landwirte, die derzeit auch Supermarktketten beliefern, wollen sich mit der Landspeis nach und nach Richtung Direktvertrieb bewegen. „Mit 50 Hektar hat man vielleicht ein nettes Zubrot, aber Bauern können davon nicht wirklich leben, wenn sie alles beim Händler abkippen“, sagt Robert Holzer.

Die Unternehmer wollen mit dem Projekt der schwindenden Nahversorgung im ländlichen Raum entgegenwirken. Aber auch in Wien soll es bald Landspeisen geben. Holzer sieht das Konzept als investitionssicher: „Wenn ein Standort nicht funktioniert, können wir den Container einfach woanders hinstellen.“



Obst und Gemüse werden immer öfter direkt beim Bauern gekauft. Kreative Vermarktungsmodelle ersparen Kunden den Weg zum Bauernhof.

Foto: APA / Holger Hollemann