

# KONZEPT

Die Trendkarten sind Hilfestellungen zum Ideenspinnen oder zur Weiterentwicklung eines bestehenden Produktes oder einer Dienstleistung. Sie liefern Inspirationsimpulse, ohne zu viel vorauszusetzen oder die Teilnehmer\*innen einzuschränken. Die genannten Kategorien und Unterthemen stellen keine Handlungsempfehlungen dar, sondern laden lediglich dazu ein, Produkte und Dienstleistungen aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. Um herauszufinden, ob bestimmte Möglichkeiten für den eigenen Betrieb passen, bedarf es weiterführender Analysen. Die angeführten Beispiele dienen der Veranschaulichung und sind nicht als Werbung zu verstehen.

Insgesamt gibt es 9 Kategorien mit je 8 Inspirationsimpulsen:

**Davon 4 Trend-Kategorien:** Aktuelle Entwicklungen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft, abgeleitet aus der Innovationsanalyse Wertschöpfung (Netzwerk Zukunftsraum Land)

**Neue Formen der Zusammenarbeit**

**Neue Formen der Bewirtschaftung und/oder Verarbeitung**

**Pflanzliches**

**Tierisches**

**Zielgruppen:** Beschreibung, welche Zielgruppe mit der Idee angesprochen werden soll

**Berührungspunkte:** Eine Sammlung möglicher Berührungspunkte mit den Abnehmer\*innen

**Ertrags-/Geschäftsmodell:** Ansätze, wie man Geld verdienen kann

**Gestaltungsvorgabe:** Rahmenbedingungen für die Ideenentwicklung

**Megatrends:** Langfristige, identifizierte Trends

# ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN

Es gibt verschiedene Ausgangssituationen, wofür die Trendkarten eingesetzt werden können:

**Neue Ideen für Produkte/Dienstleistungen können generiert werden**

**Bestehende Produkte/Dienstleistungen können weiterentwickelt und aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden**

Je nach Ziel können unterschiedlich viele Trendkarten zum Einsatz kommen. Es empfiehlt sich, vorab ein Brainstorming ohne den Einsatz der Karten durchzuführen, um alles festzuhalten, was einem in den Sinn kommt. Danach soll ein erneutes Brainstorming unter Einsatz der Karten stattfinden, diese lenken die Gedanken in bestimmte Richtungen und unterstützen dabei, verschiedene Möglichkeiten und Wege in Betracht zu ziehen, die man vorher nicht in Erwägung gezogen hätte. Darauf aufbauend können die gesammelten Ideen verglichen, kombiniert und bewertet werden.

# ANLEITUNG

## **Variante 1: Neue Ideen entwickeln**

Ausgangspunkt ist die Situationsanalyse des eigenen oder eines fiktiven Betriebes. Nach der Darstellung der Ausgangssituation und einem 5-minütigem Brainstorming, bekommt jede Person per Zufallsprinzip 3 Trendkarten aus 3 verschiedenen Kategorien. Nun sind die Teilnehmer\*innen aufgefordert, möglichst viele Ideen unter Einbeziehung der Trendkarten zu entwickeln. Nach 5 Minuten werden die Kartensets getauscht und jede Person bekommt 3 neue Karten aus anderen Kategorien, um ihre Ideen weiterzuentwickeln.

Danach können in der Gruppe die Ideen besprochen und diskutiert werden.

Die Trendkarten können aber auch für den Einstieg bei einem Workshop eingesetzt werden, wo man versucht, die Teilnehmer\*innen für neue Ideen zu öffnen. Oft ist es leichter, zu Beginn Ideen für einen fiktiven Betrieb zu entwickeln, da man hier nicht durch den betriebsinternen Tunnelblick gefangen ist.

## **Variante 2: Weiterentwicklung bestehender Angebote**

### **Je Kategorie wird eine Karte ausgewählt:**

Ausgangspunkt ist ein bestehendes Produkt oder eine bestehende Dienstleistung. Jede Person nimmt sich 1 Karte jeder Kategorie und baut diese in die Weiterentwicklung des eigenen Angebotes ein. Dabei können unterschiedlich viele Trendkarten genutzt werden. Es kann auch sein, dass sich beispielsweise die Karten aus den Trendkategorien nicht oder nur teilweise für die Weiterentwicklung eignen.

### **1 Kategorie steht im Vordergrund:**

Eine weitere Möglichkeit ist es, sich tiefer mit einer Kategorie zu beschäftigen und auf die verschiedenen Unterthemen näher einzugehen. Welche Unterthemen können für meinen Betrieb relevant sein, wie lassen sich diese in mein Angebot integrieren? Im Vordergrund steht hier die Fragestellung: Auf welche Trends wollen wir uns konzentrieren?

# RAHMENBEDINGUNGEN WÄHREND DER IDEENGENERIERUNG

## **Zentrale Fragestellungen:**

Was können wir von diesem Thema für unseren Betrieb mitnehmen?  
Gibt es Anknüpfungspunkte für unseren Betrieb?

Lässt sich das Muster auf uns übertragen?

Was müssten wir tun, damit wir die Karte bei uns anwenden könnten?

## **Ideen gleich aufschreiben**

### **Nur jeweils eine Idee auf einen Notizzettel/Post-it o. ä. schreiben**

### **Brainstorming Regeln anwenden:**

Je mehr Ideen, desto besser - Quantität vor Qualität.

Alles ist erlaubt. Jede Idee, auch solche, die vielleicht albern erscheinen, sollen notiert werden.

Groß denken ohne Einschränkungen.

Keine Bewertung/Beurteilung einer Idee während der Ideengenerierung.

## **Sonstiges:**

Um Innovationen weiter zu unterstützen, stehen die LK- & LFI-Innovationsverantwortlichen der Bundesländer für Sie zur Verfügung, diese sind auf der Website [www.meinhof-meinweg.at](http://www.meinhof-meinweg.at) ersichtlich.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdruckes und der Vervielfältigung des Werkes oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Einwilligung in irgendeiner Form, auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden

NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

## CSA/FOOD COOPS



Foto: LFI Ö

# CSA/FOOD COOPS

**CSA („Community Supported Agriculture“) und Food Coops (abgeleitet von „Food Cooperative“) sind Formen der Direktvermarktung. Bei CSAs kaufen die Kund\*innen Anteile von einem Bauernhof und erhalten im Gegenzug üblicherweise einen Ernteanteil (Kisterl, Sackerl oder Ähnliches). Ein Food Coop ist ähnlich und meint einen Zusammenschluss von Personen, die selbstorganisiert Produkte direkt von lokalen Bauernhöfen beziehen und somit die Zwischenhändler ausschalten.**

## **BEISPIEL**

**Die Langenloiser Food Coop (LaFoCo) verfolgt den Grundgedanken, regionale Produkte direkt vom Erzeuger zu erwerben. In Arbeitsgruppen werden Aufgaben wie die Kommunikation mit den Betrieben, Bestellung, Lieferkontrolle und Abrechnung durch die Gemeinschaft ehrenamtlich abgewickelt.**

**[www.lafoco.at](http://www.lafoco.at)**

NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

# KOOPERATIONEN MIT FORSCHUNGSEINRICHTUNGEN



# KOOPERATIONEN MIT FORSCHUNGSEINRICHTUNGEN

In der EU gibt es diverse Initiativen, die den Austausch zwischen landwirtschaftlicher Praxis und Forschung fördern und noch weiter verbessern wollen.

Ein Beispiel ist die Europäische Innovationspartnerschaft „Landwirtschaftliche Produktivität und Nachhaltigkeit“ (EIP-AGRI). Diese soll frischen Wind und neue Blickwinkel ins landwirtschaftliche Innovationsgeschehen bringen. In Österreich sind bereits mehrere „Operationelle Gruppen“ aktiv und künftig sollen noch mehr dazukommen.

## BEISPIEL

Die Firma Waldland stellt selbst Pflanzenöle her. Der Herstellungsprozess basiert auf wissenschaftlichen Analysen im Rahmen der Qualitätssicherung der Firma, aber auch mit einer Kooperation des Institutes für Lebensmittelwissenschaften an der Universität für Bodenkultur.

[www.waldland.at](http://www.waldland.at)

NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

## GREEN CARE - SOZIALE LANDWIRTSCHAFT



# GREEN CARE – SOZIALE LANDWIRTSCHAFT

Unter „Green Care“ werden ganz allgemein Aktivitäten und Interaktionen zwischen Mensch, Tier und Natur zusammengefasst, die je nach Kontext gesundheitsfördernde, pädagogische oder soziale Ziele für unterschiedliche Zielgruppen verfolgen. Der Ort, an dem Green Care-Aktivitäten umgesetzt werden, kann sehr vielfältig sein und reicht von der Gartentherapie im Pflegeheim bis zur tiergestützten Intervention am Bauernhof.

## BEISPIEL

Der Antlashof in Hofstetten-Grünau (NÖ) bietet Menschen mit psychischer Beeinträchtigung eine Tagesstätte. Dort können sie in ruhiger Atmosphäre Garten-, Holz- oder Küchenarbeit erledigen oder die Tiere am Hof betreuen.

[www.greencare-oe.at](http://www.greencare-oe.at)

NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

# NEUARTIGE KOOPERATIONEN MIT UNÜBLICHEN ABNEHMER\*INNEN



# NEUARTIGE KOOPERATIONEN MIT „UNÜBLICHEN“ ABNEHMER\*INNEN

Im Zentrum dieser Karte steht die Idee, sich über bestehende und neue Kooperationspartner frühzeitig Gedanken zu machen: Was macht man mit Produkten, die nicht den Vermarktungsnormen entsprechen oder für die der übliche Absatzkanal wegbricht? Es muss nicht immer einen Anlassfall geben, um über neue Kooperationen nachzudenken.

## BEISPIEL

Viele öffentliche Einrichtungen, wie Kindergärten, Schulen oder Spitäler, setzen auf Regionalität bei ihren Lebensmitteln und verarbeiten diese Produkte selbst weiter. Hier kommt es nicht darauf an, dass einzelne Produkte nicht der Norm entsprechen.

Gourmet hat sich auf die Gemeinschaftsverpflegung von Kindergärten, Schulen, Spitälern, Unternehmen fokussiert und verarbeitet täglich Tonnen von Lebensmitteln.

[www.gourmet.at](http://www.gourmet.at)

NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

## KOOPERATION MIT VERMARKTUNGSINITIATIVEN



Foto: Annie Spratt/Unsplash

# KOOPERATION MIT VERMARKTUNGSINITIATIVEN

Ein großer Vorteil von Vermarktungsinitiativen ist beispielsweise eine Arbeitserleichterung für den einzelnen Betrieb, da viele Aufgaben gemeinsam erledigt werden können, wie zum Beispiel Kundenakquise, Marketingmaßnahmen etc. Eine größere Produktauswahl durch die Zusammenlegung der Sortimente ist auch für die Kundschaft verlockend.

## BEISPIEL

Die Dachmarke „Gutes vom Bauernhof“ wird von kontrollierten bäuerlichen Direktvermarktungsbetrieben geführt und dient der Kennzeichnung besonderer Qualitätsprodukte. Rund 1.700 bäuerliche Direktvermarkter\*innen aus Niederösterreich, der Steiermark, Kärnten, Oberösterreich und dem Burgenland nehmen an dieser Dachmarke teil. „Gutes vom Bauernhof“ stärkt das Vertrauen der Konsument\*innen in Lebensmittel aus bäuerlicher Hand.

[www.gutesvombauernhof.at](http://www.gutesvombauernhof.at)

# NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

## PROSUMER



# PROSUMER

**Kund\*innen werden in die Wertschöpfungskette integriert und somit selbst zu Produzierenden. Der Wert des Produktes/der Dienstleistung in den Augen der Konsumierenden steigt.**

## **BEISPIEL**

**Der Biohof Radl in Wien bietet mit einer Selbsternteparzelle einen erfüllenden Ausgleich zum Alltag. Sie säen das Gemüse aus und bewässern die Parzelle nach Bedarf. Die Kund\*innen kümmern sich aber selbstständig um die Feldfrüchte, jäten Unkraut, stecken Paradeiser hoch, vereinzeln den Salat etc.**

**[www.biohof-radl.at](http://www.biohof-radl.at)**

NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

MAKE MORE OF IT



Foto: LFI 0

# MAKE MORE OF IT

**Das Unternehmen nutzt sein Know-how, seine Kernkompetenz oder andere verfügbare (überschüssige) Ressourcen, um diese auch anderen Unternehmen in Form einer externen Dienstleistung zur Verfügung zu stellen. Kapazitäten können so besser genutzt und zusätzliches Know-how von außen kann im Betrieb integriert werden.**

## **BEISPIEL**

**Die Fam. Holzinger nutzte zuerst die Mähdrescher und weitere Maschinen für den eigenen Hof. Um die Maschinen aber besser auszulasten, wird auch Lohndrusch in der Region angeboten.**

**[www.agrarhof.at](http://www.agrarhof.at)**

NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT

# SYSTEMATISCHE ZUSAMMENARBEIT MIT ANDEREN BETRIEBEN



# SYSTEMATISCHE ZUSAMMENARBEIT MIT ANDEREN BETRIEBEN

**Für verschiedene Tätigkeiten können Ressourcen wie beispielsweise Maschinen, Geräte oder EDV-Programme und -Lizenzen gemeinsam erworben und genutzt werden. Aber auch ein Ab-Hof-Laden mit Produkten von vielen verschiedenen landwirtschaftlichen Betrieben stellt eine Zusammenarbeit mit zahlreichen Vorteilen dar. Ein größeres und vielseitiges Produktsortiment spricht viele Kund\*innen an.**

## **BEISPIEL**

**„Von uns dahoam“ ist ein Regionalladen in Hafnerbach, in dem über 15 regionale Direktvermarkter\*innen ihre Produkte anbieten. Die Konsumierenden können hier mittels Selbstbedienung rund um die Uhr einkaufen.**

**[www.vonunsdahoam.at](http://www.vonunsdahoam.at)**

# NEUE FORMEN DER BEWIRTSCHAFTUNG UND/ODER VERARBEITUNG

## VERTICAL FARMING



# VERTICAL FARMING

**„The sky is not the limit“ – Diese Karte beschreibt das Vorhaben, alle verfügbaren Flächen maximal zu nutzen und in neuen Dimensionen zu denken. Vertical Farming (Vertikale Landwirtschaft) soll eine Landwirtschaft auch in urbanen Räumen und Ballungsgebieten ermöglichen, indem Fassaden, Hochhäuser etc. für den hochtechnisierten Anbau genutzt werden.**

## **BEISPIEL**

**Herbeus Greens pflanzt Kresse, Babysalate und Kräuter an. Auf einem Quadratmeter Grundfläche baut das Start-up bis zu sechs Quadratmeter dieser „Micro Greens“ an.**

**[www.herbeusgreens.com](http://www.herbeusgreens.com)**

**NEUE FORMEN DER BEWIRTSCHAFTUNG  
UND/ODER VERARBEITUNG**

# VERLÄNGERUNG DER SAISON



# VERLÄNGERUNG DER SAISON

**„In welchen Monaten sind Sie gut ausgelastet und wann gibt es weniger zu tun?“** Durch eine genaue Analyse der Arbeitszeiten kann es in manchen Betriebszweigen gelingen, Arbeitsspitzen abzufedern und durch eine Ergänzung des Produkt- und Dienstleistungsangebotes zusätzliche Standbeine zu schaffen.

## **BEISPIEL**

**Die sonst ruhigeren Wintermonate im Gemüseanbau werden genutzt, um zusätzliche Umsätze mit frostsicheren Sorten zu erzielen. An Möglichkeiten zum Thema „Bio-Wintergemüse in Österreich“ wird in einem europäischen Projekt geforscht. Ziel ist es, eine Energie-extensive Produktionsweise flächendeckend zu etablieren.**

**EIP-Agri Projekt:  
[ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)**

# NEUE FORMEN DER BEWIRTSCHAFTUNG UND/ODER VERARBEITUNG

## NUTZUNG VON BIG DATA



# NUTZUNG VON BIG DATA

Über die Bordcomputer von Traktoren oder Mähdreschern laufen immer mehr Daten, die dank GPS den landwirtschaftlichen In- und Output auf dem Feld abbilden können: Aussaatmenge, Sorte, Reihenweite, Düngersorte und -menge, Pflanzenschutzmittel und -menge, Erntemenge, Spritverbrauch usw. Der Einsatz von GPS und Elektronik bietet sehr viel Einsparungspotenzial: Durch effizienteres Wenden in der Bodenbearbeitung spart man Zeit. Die geringere Überlappung zwischen den Überfahrten hilft, den Maschinenverschleiß und den Spritverbrauch zu senken. Die Mengen an Dünger und Pflanzenschutzmitteln werden durch das Parallelfahrssystem verringert.

## BEISPIEL

Franz Winkelhofer kombiniert modernste digitale Technik bei gleichzeitiger massiver Reduktion der Betriebsmittel, vorrangig durch den gezielten Einsatz von Pflanzenmischungen zwischen den Hauptkulturen. Die Ausbringung von Dünge- und Pflanzenschutzmitteln erfolgt teilflächenspezifisch nach Ertrags Erwartung und Bodenanalysen.

[www.winkelhofer.farm](http://www.winkelhofer.farm)

# NEUE FORMEN DER BEWIRTSCHAFTUNG UND/ODER VERARBEITUNG

## SMART FARMING



# SMART FARMING

**Darunter wird der moderne Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in der Landwirtschaft verstanden, welche in betriebliche Abläufe integriert werden.**

## **BEISPIEL**

**Ein landwirtschaftlicher Betrieb erhöht Ressourceneffizienz und Ernteertrag mittels selbstfahrender Traktoren und Einsatz von Drohnen, die Pflanzenschutzmittel sprühen.**

**[www.lkdigital.at](http://www.lkdigital.at)**

# NEUE FORMEN DER BEWIRTSCHAFTUNG UND/ODER VERARBEITUNG

## NUTZUNG VON APPS FÜR DIE BETRIEBSFÜHRUNG



# NUTZUNG VON APPS FÜR DIE BETRIEBSFÜHRUNG

**Vielfältige und serviceorientierte Apps für den landwirtschaftlichen Betrieb, welche in die betrieblichen Abläufe integriert werden, können ein effizienteres Arbeiten erreichen.**

## **BEISPIEL**

### **Betriebliche Dokumentation**

- **Farmer Joe**
- **Farmdok**

### **Wetter**

- **WetterOnline Pro**
- **Hagel App**

### **Pflanzenbau**

- **Soil Sampler**

**NEUE FORMEN DER BEWIRTSCHAFTUNG  
UND/ODER VERARBEITUNG**

# RESSOURCENSCHONENDE BEWIRTSCHAFTUNGSKONZEPTE



# RESSOURCENSCHONENDE BEWIRTSCHAFTUNGSKONZEPTE

**Ressourcenschonung ist eine globale Aufgabe und Verantwortung. Im Zentrum aktueller Entwicklungen stehen neuartige Bewirtschaftungskonzepte die im besten Fall ökonomische, ökologische und/oder soziale Vorteile mit sich bringen und weder zu Lasten anderer Regionen noch künftiger Generationen gehen.**

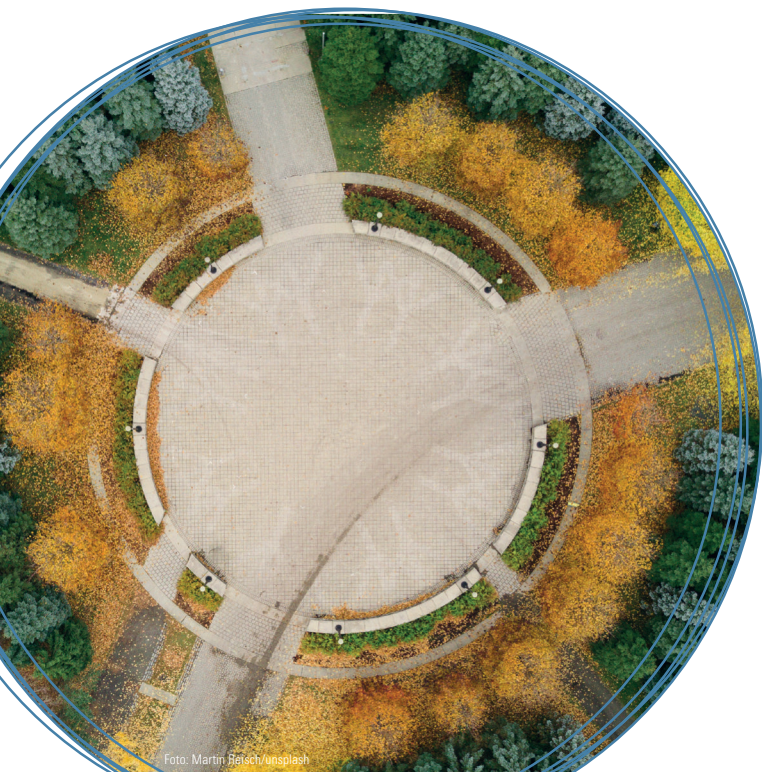
## **BEISPIEL**

**Über die Differenzierung der Nutzungsintensität bietet das Konzept der abgestuften Grünlandwirtschaft die Möglichkeit, auf den „besseren“ Flächen langfristig hochwertiges Futter zu produzieren. Gleichzeitig werden Flächen mit geringerer Bonität frei, auf denen sich standorttypische Artenvielfalt entwickeln kann.**

**ooe.lko.at**

**NEUE FORMEN DER BEWIRTSCHAFTUNG  
UND/ODER VERARBEITUNG**

# GANZHEITLICHE VERARBEITUNG/ KREISLAUFWIRTSCHAFT



# GANZHEITLICHE VERARBEITUNG/ KREISLAUFWIRTSCHAFT

**Ziel der Kreislaufwirtschaft ist, das gesamte Urprodukt so gut wie möglich zu nutzen, sodass am Ende kaum noch Abfälle entstehen. Und selbst die Abfälle können noch in vielen Fällen gut weiterverwertet werden.**

## **BEISPIEL**

**Die Initiative „Nahgenuss“ verfolgt das „Nose to Tail“-Prinzip. Darunter versteht man, dass alle Teile des Tieres komplett verarbeitet und vermarktet werden, vom Kopf bis zum Schwanz. Dazu gehören Innereien ebenso wie Filetstücke, Bratenstücke, Stelze und Suppenknochen.**

**[www.nahgenuss.at](http://www.nahgenuss.at)**

**NEUE FORMEN DER BEWIRTSCHAFTUNG  
UND/ODER VERARBEITUNG**

## DROHNENEINSATZ



# DROHNENEINSATZ

**Der Einsatz von Drohnen gehört zum Überbegriff „Precision Farming“. Dabei handelt es sich um eine zielgerichtete Bewirtschaftung landwirtschaftlicher Flächen – unter Einsatz intelligenter Elektronik.**

## **BEISPIEL**

**Luftbilder von Drohnen liefern wertvolle Informationen über den Acker wie Bodenqualität, Begleitflora und Krankheiten an Pflanzen. Die Daten sind kurzfristig verfügbar und es lassen sich entsprechende Maßnahmen schneller und gezielter ergreifen.**

**Drohnen in der Landwirtschaft von Airborne Robotics:  
[www.air6systems.com](http://www.air6systems.com)**

# PFLANZLICHE PRODUKTE AUS REGIONALEM ANBAU

## PILZE



# PILZE

Ofmals sind die Voraussetzungen, am landwirtschaftlichen Betrieb Pilze zu erzeugen, nahezu ideal: Laubholzstämme und Stroh sind leicht zu bekommen, leerstehende Räumlichkeiten für den Anbau vielleicht sogar schon vorhanden. Pilze, wie der Kräuterseitling, werden zudem als Basis von vegetarischen und veganen Produkten verwendet.

## BEISPIEL

Hut & Stiel züchtet seit 2015

Austernpilze auf einem Nährboden aus Kaffeesatz. Anstatt im Restmüll zu landen, wird der Kaffeesatz von Wiener Kaffeehäusern, Restaurants, Großküchen und Büros abgeholt und einem weiteren Nutzen zugeführt.

[www.hutundstiel.abhofladen.at](http://www.hutundstiel.abhofladen.at)

PFLANZLICHE PRODUKTE AUS  
REGIONALEM ANBAU

## ALGEN



# ALGEN

**Algen verfügen über eine besonders hohe Nährstoffdichte und werden schon seit mehreren Jahren auch in Österreich produziert: Sei es in offenen Systemen (sog. Ponds) oder in geschlossenen Systemen (Röhrensystem mit Pumpe). Algen finden auch in der Alternativmedizin Verwendung. Sie werden zum Entgiften (Detox), für Hautcremes und Feinkostprodukte eingesetzt.**

## **BEISPIEL**

**Das Unternehmen Helga hat sich auf ein Getränk auf Algenbasis spezialisiert. Die Alge wird hier als Superfood genutzt und ist ideal für sportlich aktive und gesundheitsbewusste Menschen. Neben dem Getränk bietet das Unternehmen auch Algencracker und Algenpulver an.**

**[www.hellohelga.com](http://www.hellohelga.com)**

PFLANZLICHES

## REGIONALES SUPERFOOD



# REGIONALES SUPERFOOD

**Superfood** beschreibt Lebensmittel, welche positive gesundheitliche Wirkungen erzielen. Sie sind besonders nährstoffreich und förderlich für Gesundheit und Wohlbefinden. Zu heimischem Superfood zählen beispielsweise Lein- oder Hanfsamen (als Alternative zu den importierten Chiasamen), Kürbiskerne, Walnüsse oder die Aroniabeere.

## BEISPIEL

Familie Rabl hat sich auf die Aroniabeere spezialisiert und daraus eine vielfältige Produktpalette entwickelt. Zu ihren Produkten zählen unter anderem Aroniasaft, Aronialikör, Aroniabeeren mit Schokolade und Bio Aroniaspezialtee.

[www.alles-aronia.at](http://www.alles-aronia.at)

PFLANZLICHES

# HÜLSENFRÜCHTE



# HÜLSENFRÜCHTE

**Hülsenfrüchte sind eine wertvolle Eiweißquelle und somit auch eine interessante Fleischalternative. Sie leisten ernährungsphysiologisch einen wesentlichen Beitrag und können auch in der Vermarktung ein zusätzliches Standbein werden.**

## **BEISPIEL**

**Besonders kreativ ist das Unternehmen „Genusskoarl“ aus Wolkersdorf. Sie produzieren eine österreichische Alternative zur asiatischen Sojasauce. Hierbei handelt es sich um eine gebraute Würzsauce auf Basis von Lupinen.**

**[www.genusskoarl.at](http://www.genusskoarl.at)**

PFLANZLICHES

## PSEUDOGETREIDE



# PSEUDOGETREIDE

**Pseudogetreide sind Körner, die wie echtes Getreide verwendet werden, aber botanisch gesehen zu anderen Pflanzenfamilien gehören. Beispiele dafür sind Amaranth, Buchweizen und Quinoa. Allen dreien fehlt das typische Klebereiweiß (Gluten) und sie können somit auch von Personen mit einer Glutunverträglichkeit konsumiert werden. Die Nachfrage nach Pseudogetreide in Österreich steigt stetig.**

## **BEISPIEL**

**Auf dem „Waldviertler Biohof“ wird „nur angebaut, was auch zum Boden passt“, wie verschiedene Hülsenfrüchte- und Getreidesorten, u. a. auch Buchweizen als Pseudogetreide.  
[www.waldviertlerbiohof.at](http://www.waldviertlerbiohof.at)**

PFLANZLICHES

## ALTE, REGIONALE SORTEN



Foto: LK NÖ/Sonja Hießberger

# ALTE, REGIONALE SORTEN

**Die Nutzpflanzen-Vielfalt ist Teil unserer Kultur. Die Geschichte der Kulturpflanzen ist eine gemeinsame Geschichte von Menschen und Pflanzen. Typische Gerichte, Bräuche, Feste, Traditionen und lokales Wissen gehen verloren, wenn sie verschwinden.**

## **BEISPIEL**

**Am Biohof Brenner wird verschiedenes Waldviertler Urgetreide angebaut, von Emmer über Einkorn bis hin zum Waldstaudenkorn.**

**[www.brenners-bestes.at](http://www.brenners-bestes.at)**

PFLANZLICHES

# WILDE PFLANZEN UND KRÄUTER



# WILDE PFLANZEN UND KRÄUTER

**Manche Sonderkulturen sind in der heimischen Landwirtschaft inzwischen zu Raritäten geworden. Doch seit einiger Zeit finden sich vermehrt Unternehmen, denen der Erhalt und das Wissen rund um Arznei-, Tee- und Gewürzpflanzen ein Anliegen ist und die sich auf sogenannte Nischenprodukte fokussieren.**

## **BEISPIEL**

**Die Firma Sonnentor nutzt für ihre Tees und Gewürze verschiedene Kräutersorten und -raritäten, welche Bauern eigens für sie anbauen.**

**[www.sonnentor.com](http://www.sonnentor.com)**

PFLANZLICHES

## MILCH-ALTERNATIVEN



# MILCH-ALTERNATIVEN

**Die Nachfrage nach Alternativen zur tierischen Milch steigt und das aus verschiedensten Gründen und Überzeugungen: Lebensmittelunverträglichkeiten, Neugier, ethische Bedenken, Erweiterung der Speisen- und Geschmacksvielfalt etc.**

## **BEISPIEL**

**Milch-Alternativen auf Basis von beispielsweise Soja, Hafer oder Dinkel aus der österreichischen Landwirtschaft hat einen ökologischen Vorteil gegenüber Pflanzenmilch aus Mandeln oder Reis, welche meist aus der Nicht-EU-Landwirtschaft stammen.**

TIERISCHES

INSEKTEN



# INSEKTEN

Alternative Eiweißquellen zum Fleisch werden gesucht. Immer mehr Menschen setzen aus unterschiedlichen Gründen auf einen geringeren Fleischkonsum. Insekten können nachhaltig produziert und auf kleinem Raum gezüchtet werden. Zudem sind sie reich an Protein und ihr essbarer Anteil ist mit 80 Prozent vergleichsweise hoch.

## BEISPIEL

Die Wurmfarm ist ein Kärntner Bergbauernbetrieb, welcher biologisch und nachhaltig Mehlwürmer züchtet und zu hochwertigen Produkten weiterverarbeitet. Sie handeln im Sinne der Kreislaufwirtschaft und können 100 % des Mehlwurmes verwerten, vom Kot, der als Dünger zugelassen wurde bis hin zum Chitin, das in die Verpackungsmittelforschung geht.

[www.diewurmfarm.at](http://www.diewurmfarm.at)

TIERISCHES

## IN-VITRO-FLEISCH



# IN-VITRO-FLEISCH

Unter In-Vitro-Fleisch versteht man künstliches Fleisch, das in Laboren erzeugt wird. Hierzu entnehmen Forscher Stammzellen eines Tieres und vermehren diese, bis sich aus ihnen Muskelfasern und Fett bilden.

Noch befindet sich In-Vitro-Fleisch und auch Fisch in einem Teststadium: Die Produktion ist energieintensiv und teuer. Langfristig könnte es jedoch zu Veränderungen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft führen.

## BEISPIEL

Millionen von Dollar werden in Start-ups in Israel, Amerika und den Niederlanden investiert, um die Version vom Fleisch und Fisch aus dem Reagenzglas weiterzuentwickeln. Noch ist das „Laborfleisch“ als Fleischersatz für viele kaum vorstellbar und man greift lieber zu natürlichen/pflanzlichen Alternativen.

TIERISCHES

## AQUAPONIC-SYSTEME



Foto: ASchiemer

# AQUAPONIK

Bei Aquaponic verbindet man Fischzucht mit Pflanzenproduktion. In einem Zweikreislaufsystem gibt es getrennte Wasserkreisläufe für die beiden Produktionssysteme. Das aus der Fischzucht mit Nährstoffen angereicherte Wasser fließt zu den Pflanzen in der Hydrokultur.

## BEISPIEL

Die Andersfarm in Hochstraß (NÖ) produziert frischen Fisch und Gemüse aus einem Aquaponic-System. Weiters werden auch Workshops zur Anlagenplanung mit Bauanleitung für Aquaponic-Systeme angeboten.  
[www.andersfarm.at](http://www.andersfarm.at)

TIERISCHES

## FOKUS AUF SELTENE RASSEN



# FOKUS AUF SELTENE RASSEN

**Durch die Fokussierung auf Qualität und die Spezialisierung auf seltener gewordene Rassen, kann man nicht nur einen Mehrwert für die Vielfalt schaffen, sondern auch ein Alleinstellungsmerkmal für die eigenen Produkte kreieren.**

## **BEISPIEL**

**Die Familie Anderl fokussiert sich auf das Angus Rind und kreiert daraus eine breite Produktpalette, welche sie in ihrem Hofladen vermarktet.**

**[www.angushof.at](http://www.angushof.at)**

TIERISCHES

## FOKUS AUF TIERWOHL



# FOKUS AUF TIERWOHL

**Tierwohl ist die Bezeichnung für die Gesundheit und das Wohlbefinden von Tieren und ein in den Medien immer wieder stark diskutiertes Thema. Es gibt verschiedene Richtlinien und auch Gütesiegel, welche nachweisen, dass auf Tierwohl geachtet wird.**

## **BEISPIEL**

**Die Familie Hamersky betreibt artgerechte Hühner-Weidehaltung. Sie möchte den Hühnern ein möglichst natürliches und stressfreies Leben mit viel Auslauf bieten.**

**[www.weidehuhn.at](http://www.weidehuhn.at)**

TIERISCHES

TRANSPARENZ



# TRANSPARENZ

Es gibt verschiedene Bestrebungen Stufen der Wertschöpfungskette transparent darzustellen. Das Ziel dahinter: Dadurch kann Nachvollziehbarkeit geschaffen und Vertrauen zur Kundschaft aufgebaut werden.

## BEISPIEL

**SONNBERG Biofleisch** sieht eine ethisch korrekte Schlachtung als Verpflichtung gegenüber ihren Kund\*innen, ihren Landwirt\*innen und in erster Linie gegenüber den Tieren, die vom Lebewesen zum hochwertigen Lebensmittel verarbeitet werden. In ihrem gläsernen Schlachthof gewähren sie Transparenz und bieten ihren Besuchern Einblick, Information und Aufklärung und schaffen dadurch Vertrauen.

[www.biofleisch.biz](http://www.biofleisch.biz)

TIERISCHES

## ESSEN ALS ERLEBNIS



# ESSEN ALS ERLEBNIS

Essen und der Verzehr von Speisen ist viel mehr als das Hungergefühl zu bekämpfen. Durch das Anbieten von Erlebnissen, etwa durch Produkte/ Dienstleistungen oder Veranstaltungen mit Unterhaltungswert, besondere Standorte oder digitale Konzepte werden Kund\*innen zu begeisterten „Fans“, die wiederkommen und im besten Fall für den Betrieb Mundpropaganda betreiben.

## BEISPIEL

Die Wilhelmsburger Hoflieferanten bieten Führungen durch ihren tierfreundlichen Stall, das „5\*-Kuhhotel“ mit Laufstall, Wellnessbürste, Joggingweide, Chill-Out-Area und der eigenen Hofmolkerei. Dies schafft ein Erlebnis beim Konsumierenden, welches lange im Gedächtnis bleibt.

[www.hoflieferanten.at](http://www.hoflieferanten.at)

TIERISCHES

## EINSATZ NEUER TECHNOLOGIEN



# EINSATZ NEUER TECHNOLOGIEN

**Die Verwendung und der Einsatz neuer Technologien bietet viele Möglichkeiten für einen effizienten und ressourcenschonenden Arbeitsablauf.**

## **BEISPIEL**

**Der Melkroboter ist ein automatisiertes System zum Melken und ist mit einer umfangreichen Datenerfassung ausgestattet. Die Landwirt\*innen können kontrollieren, wie oft und in welchen Abständen jede einzelne Kuh gemolken wird, wie viel Milch diese liefert und vieles mehr.**

ZIELGRUPPEN

## SINGLE-HAUSHALTE



# SINGLE-HAUSHALTE

In Österreich steigt die Anzahl der Single-Haushalte (Haushalt mit einer alleinstehenden Person), Jahr für Jahr. Diese Entwicklung kann Einfluss auf die verschiedensten Bereiche haben, wie zum Beispiel auf die Größe der Verpackungseinheiten von Lebensmitteln. Durch den Trend „Snackification“ werden Vor-, Haupt- und Nachspeise durch Mini-Mahlzeiten für zwischendurch abgelöst.

## BEISPIEL

Ein landwirtschaftlicher Betrieb nutzt die Vorliebe der Personen in Single-Haushalten für Essen außer Haus und spezialisiert sich mit seinen Produkten auf deren Bedürfnisse. Nussland bietet verschiedenste nährstoffreiche Walnusssnacks, die im praktischen wiederverschließbaren Glas auch unterwegs gesnackt werden können.

[www.nussland.at](http://www.nussland.at)

ZIELGRUPPEN

## MILLENNIALS



# MILLENNIALS

Die Millennials oder auch Generation Y genannt, sind jene Personen, die zwischen den 1980er Jahren und den frühen 2000er Jahre geboren wurden. Sie sind die erste Generation, die mit neuen Technologien aufgewachsen sind, sie sind gut vernetzt und legen Wert auf eine Work/Life-Balance. Millennials verlangen nach maßgeschneiderten Lösungen für die Befriedigung ihrer Bedürfnisse.

## BEISPIEL

Der Abelhof bietet als besonderen Service für den Gast eine digitale Gästemappe in Form einer mobilen App an, in der umfangreiche Informationen über die Ferienwohnungen eingeholt werden können.

[www.abelhof.at](http://www.abelhof.at)

ZIELGRUPPEN

## KINDER UND JUGENDLICHE



# KINDER UND JUGENDLICHE

**Den Bauernhof als Bildungsort nutzen – ein Ort, an dem Kinder, aber auch Jugendliche ihr Wissen über den Umgang mit Tieren, die Produktion hochwertiger Lebensmittel und das Thema Nachhaltigkeit vertiefen können.**

## **BEISPIEL**

**Eines von vielen Beispielen ist der Waldfuchse-Waldkindergarten. Kinder lernen am liebsten spielerisch – der Wald ist somit ihr Spielplatz in der Natur.**

**[www.waldfuechse.at](http://www.waldfuechse.at)**

# ZIELGRUPPEN

60 +



**Die Überalterung in der Bevölkerung ist eine Entwicklung, die wir anerkennen müssen, aber auch nutzen sollten. Der Bauernhof als Lebensort für ältere Menschen stellt eine interessante Diversifizierungsform dar.**

## **BEISPIEL**

**Das Angebot des Adelwöhrerhofs umfasst die Pflege und Betreuung von älteren Menschen. Durch das Leben am Bauernhof mit Tieren wird ein idealer Ort für ein harmonisches Miteinander im Einklang mit der Natur geschaffen.**

**[www.adelwoehrerhof.at](http://www.adelwoehrerhof.at)**

ZIELGRUPPEN

LOHAS



# LOHAS

**LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) sind Personen, die einen ethisch korrekten Konsum- und Lebensstil verfolgen, der sich an Gesundheit und Nachhaltigkeit orientiert.**

## **BEISPIEL**

**Marion Aigner-Filz verfolgt auf ihrem „Biohof zum Grünen Baum“ einen sehr ganzheitlichen Ansatz. Der Betrieb ist kleinstrukturiert und das meiste wird von Hand erledigt. Sie konzentriert sich auf Sorten, die rar sind, aber zu den klimatischen Bedingungen passen. Ihr Lebens- und Arbeitsstil soll Unabhängigkeit schaffen.**

**[www.biohofzumgruenenbaum.at](http://www.biohofzumgruenenbaum.at)**

ZIELGRUPPEN

# EINKOMMENSCHWACHE HAUSHALTE



# EINKOMMENSCHWACHE HAUSHALTE

**Die Einkommensstruktur in Österreich ist durchwachsen. Klar ist, dass die Mittelschicht und einkommensschwächere Haushalte den Großteil der Bevölkerung ausmachen.**

## **BEISPIEL**

**Produkte in größeren Verpackungseinheiten oder Gemüse und Obst, die nur optisch nicht den Vermarktungsnormen entsprechen, können günstiger verkauft werden.**

ZIELGRUPPEN

# MENSCHEN IN URBANEN REGIONEN



# MENSCHEN IN URBANEN REGIONEN

Der Trend Urbanisierung zeigt, dass die Städte eine Renaissance als Lebens- und Kulturform durchlaufen. Die Städte der Zukunft werden vielfältiger, vernetzter, lebenswerter und „grüner“. Menschen aus urbanen Regionen sehnen sich nach unberührter Natur und nach einer willkommenen Abwechslung im Freien.

## BEISPIEL

Auf der Kräuteralm in Klaffer am Hochficht (OÖ) werden u. a. Kräuterwanderungen und Kräuterworkshops angeboten. Familie Stummer legt Wert auf alte Traditionen und einen sorgsamen Umgang mit der Natur. Ihre Angebote zielen bewusst auf eine Auszeit in der Natur ab, wo man den stressigen Alltag hinter sich lassen und sich mit allen Sinnen auf die Natur einlassen kann.

[www.kraeuteralm.at](http://www.kraeuteralm.at)

ZIELGRUPPEN

## 40-SOMETHINGS



Foto: Adi Goldstein / Unsplash

# 40-SOMETHINGS

**In dieser Lebensphase weiß man genau, was man will. Das gilt auch für den Lebensmitteleinkauf. Bestimmte Marken werden nicht mehr hinterfragt, sondern fallen selbstverständlich in den Einkaufskorb. Vor allem bei dieser Zielgruppe ist eine Kundenbindung von großer Relevanz.**

## **BEISPIEL**

**Maßnahmen in der Direktvermarktung wie Sammelpässe oder laufende Updates über Social Media-Plattformen halten den Kontakt zu den Kund\*innen.**

BERÜHRUNGSPUNKTE

## INFLUENCER/MULTIPLIKATOREN



# INFLUENCER/MULTIPLIKATOREN

**Influencer\*innen sind Personen, die in den sozialen Netzwerken stark präsent sind und oftmals dadurch ihr Einkommen erwirtschaften. Durch die hohe Aufmerksamkeit, die sie erhalten, werden sie gerne als Testimonials für die verschiedensten Produkte gebucht.**

## **BEISPIEL**

**Ein landwirtschaftlicher Betrieb beauftragt österreichische Influencer\*innen für die Bewerbung seines Hofes, seiner Produkte oder Dienstleistungen.**

BERÜHRUNGSPUNKTE

## ZEITUNG/KUNDENMAGAZINE



# ZEITUNG/KUNDENMAGAZINE

Bei der Auswahl von Zeitungen für die eigene Bewerbung von Events, Produkten oder Märkten gilt es, verschiedene Aspekte zu beachten.

**Welche Auflage erreicht das Medium?**

**Welcher geografische Bereich wird abgedeckt?**

**Welche Zielgruppe(n) spricht dieses Medium an?**

## BEISPIEL

Eine Lokalzeitung für die Bewerbung einer Veranstaltung zu nutzen ist sinnvoll, wenn in erster Linie Personen aus der Region zu Ihnen auf den Betrieb kommen sollen. Zudem ist ein Inserat darin günstiger als bei einer landesweiten Ausstrahlung.

BERÜHRUNGSPUNKTE

ONLINE-SHOP



# ONLINE-SHOP

Ein Online-Shop, über den ein Betrieb Waren oder Dienstleistungen im Internet anbietet und verkauft, bringt viele Vorteile:

- Erreichbarkeit eines größeren Kundenkreises
- flexiblere Personalstunden
- geringeres Investitionsvolumen
- keine Bindung an Öffnungszeiten

Dabei gibt es verschiedenste Möglichkeiten: Zum einen kann man sich für einen eigenen Online-Shop entscheiden, wo nur die eigenen Produkte angeboten werden oder man kooperiert beispielsweise mit anderen Betrieben. Dies hat oft den Vorteil, dass ein breiteres Sortiment angeboten werden kann und die Versandkosten zum Bestellwert in Relation stehen.

## BEISPIEL

Die Kärntner Initiative „Gaumenfest“ ist ein Online-Wochenmarkt, wo Produkte von Bauern angeboten und verkauft werden. Aber nicht nur die Produkte finden sich auf der Plattform, ebenso werden die Landwirt\*innen, sowie ihre Höfe vorgestellt, um der Kundschaft zu zeigen, woher die Lebensmittel stammen. Die Kund\*innen haben auch die Möglichkeit, direkt ab Hof zu bestellen.

[www.gaumenfest.at](http://www.gaumenfest.at)

BERÜHRUNGSPUNKTE

## EMPFEHLUNGEN VON FREUNDEN/BEKANNTEN



# EMPFEHLUNGEN VON FREUNDEN/ BEKANNTEN

**Über Mundpropaganda lassen sich Botschaften oft nicht am schnellsten, aber zumindest am nachhaltigsten verbreiten. Wenn jemand etwas von sich aus weiterempfiehlt, dann schafft das mehr Vertrauen und damit Glaubwürdigkeit.**

## BEISPIEL

**Besondere Aktionen bleiben in Erinnerung und werden weitererzählt. Die Erlebnisimkerei Kronhofer setzt auf das hautnahe Miterleben und Herzeigen bei der Honigproduktion sowie die Vermittlung des Weges von der Blüte zum Honig, von der Wabe bis ins Glas, um nachhaltige Erlebnisse zu schaffen.**

**[www.kronhofer.at](http://www.kronhofer.at)**

BERÜHRUNGSPUNKTE

TV/VIDEO



# TV/VIDEO

Ein Werbespot im Fernsehen dürfte wohl für die meisten zu teuer und nicht sinnvoll sein, aber ein kurzes Video über Facebook oder Instagram zu posten kostet nur etwas Zeit und Kreativität. So können Sie Ihren Kund\*innen vermitteln, was es heißt, eine Landwirtschaft zu betreiben und ihnen Ihren Alltag näherbringen. Wichtig dabei ist es, authentisch zu sein und sich nicht zu verstellen.

## BEISPIEL

Der Verein „Land schafft Leben“ bietet auf seiner Website sehr authentische Videos von der landwirtschaftlichen Nahrungsmittelproduktion.

[www.landschaftleben.at](http://www.landschaftleben.at)

BERÜHRUNGSPUNKTE

## SOZIALE MEDIEN



# SOZIALE MEDIEN

**Social Media wie Facebook oder Instagram sind perfekte Tools, um einerseits die jüngere Zielgruppe zu erreichen und um andererseits kurze spontane Botschaften zu übermitteln und die Menschen am Betriebsablauf teilhaben zu lassen. Es ist viel wichtiger ein authentisches Bild zu posten als eine rundum perfekte Momentaufnahme.**

## **BEISPIEL**

**Matthias Mayr vom Oberländerhof nutzt Facebook und Instagram zur Vermarktung seiner Produkte. Ebenso gibt er Einblicke in seinen Alltag und lässt seine Follower an der täglichen Arbeit teilhaben.**

**[www.oberlaenderhof.at](http://www.oberlaenderhof.at)**

**<https://www.facebook.com/oberlaenderhof/>**

**<https://www.instagram.com/oberlaenderhof/?hl=de>**

# BERÜHRUNGSPUNKTE

## SHOP IN SHOP



# SHOP IN SHOP

Als Ergänzung oder Alternative zum eigenen Geschäft stellt das Shop in Shop-Konzept eine attraktive Möglichkeit dar, seine Produkte bzw. Marke in einem „fremden“ Geschäft zu positionieren. Durch einen auffallenden Spezialbereich oder ein gebrandetes Regal heben sich die eigenen Produkte vom Rest des Sortiments besser ab. Für einen ersten Testzeitraum bietet sich eine temporäre Version an, welche bei entsprechendem Erfolg in eine permanente Version übergehen kann.

## BEISPIEL

Die Firma Sonnentor bietet als Shop in Shop-Konzept ihre „Bauernkästen“ als Regale in anderen Läden an und kümmert sich um die Befüllung. Als zusätzliche Bewerbung der Produkte werden monatlich Verkostungen vor den Bauernkästen durchgeführt.

[www.sonnentor.com](http://www.sonnentor.com)

BERÜHRUNGSPUNKTE

VIRTUAL REALITY



# VIRTUAL REALITY

**Virtual Reality bezeichnet die Darstellung und gleichzeitige Wahrnehmung der Wirklichkeit in einer interaktiven virtuellen Umgebung. Dies kommt in der Landwirtschaft bisher noch wenig zum Einsatz, aber in der nahen Zukunft könnte uns diese Technologie einige Vorteile bringen, beispielsweise für virtuelle Führungen am Hof oder Weiterbildungen.**

## **BEISPIEL**

**Eine Datenbrille, wie die Google Glass, könnte für den Einsatz bei der Kommissionierung von Lieferungen eingesetzt werden. Dem Lagermitarbeiter wird zum richtigen Zeitpunkt eingeblendet, welche Waren er zusammenstellen soll und er behält beide Hände für seine Tätigkeit frei.**

ERTRAGS-/GESCHÄFTSMODELL

MIETMODELLE/  
PATENSCHAFTEN/ABOMODELL



# MIETMODELLE/PATENSCHAFTEN/ ABOMODELL

**Der Kundschaft die Möglichkeit zu geben, ein Gemüsekisterl zu abonnieren oder für ein Tier eine Patenschaft zu übernehmen, schafft eine besonders intensive Kundenbindung.**

## **BEISPIEL**

**Die Firma Adamah bietet hier besonders individuelle „Kistln“. Je nach Größe des Haushaltes, Ernährungsstil oder Kochkünsten wird eine passende Zusammenstellung gefunden.**

**[www.adamah.at/BioKistl](http://www.adamah.at/BioKistl)**

# ERTRAGS-/GESCHÄFTSMODELL

## CROWDFUNDING



# CROWDFUNDING

Beim Crowdfunding finanziert eine Vielzahl von Personen ein aus ihrer Sicht unterstützenswertes Vorhaben mit. Die finanzielle Unterstützung kann dabei in Form einer Spende, einer materiellen oder ideellen Vergütung, eines Kredites oder einer eigenkapitalähnlichen Beteiligung erfolgen. Organisiert wird das Crowdfunding meist über das Internet (z.B. über Fundraising-Plattformen). Die Personen, die in das Projekt investieren, profitieren von speziellen Vorteilen, die sich meist nach der Höhe der Finanzierung richten.

## BEISPIEL

Ein landwirtschaftlicher Betrieb verkauft „Schafaktien“, d. h. Privatpersonen können um einen bestimmten Betrag „Herdeanteilsscheine“ erwerben. Die Summe wird – inklusive „Zinsen“ – in Form von Fleischpaketen rückerstattet.  
[www.bioschaf.at](http://www.bioschaf.at)

ERTRAGS-/GESCHÄFTSMODELL

## BONUS PROGRAMM (CUSTOMER LOYALTY)



# BONUS PROGRAMM (CUSTOMER LOYALTY)

**Bonusprogramme haben zum Nutzen, dass die Kund\*innen dem Unternehmen loyal gegenüberstehen und eine emotionale Bindung aufgebaut wird.**

## BEISPIEL

**Je Buchung am Urlaub am Bauernhof-Betrieb bekommen die Gäste Punkte, welche sie bei der nächsten Buchung einlösen können.**

**Tipp: Geben Sie an, dass die Punkte nur für eine gewisse Zeit gültig sind, damit zufriedene Kund\*innen möglichst bald wiederkommen.**

# ERTRAGS-/GESCHÄFTSMODELL

## AUKTION



# AUKTION

**Ziel dieses Modelles ist es, ein Produkt oder eine Dienstleistung an den Höchstbietenden zu verkaufen. Der Endpreis wird festgestellt, wenn eine bestimmte Endzeit erreicht oder kein höheres Angebot gemacht wird. Dies ermöglicht dem Unternehmen, die höchste Zahlungsbereitschaft der Kundschaft abzuschöpfen. Der Konsumierende profitiert von der Möglichkeit, Einfluss auf den Preis eines Produkts ausüben zu können.**

## **BEISPIEL**

**Auf der Website [landwirt.com](http://landwirt.com) werden beispielsweise Landmaschinen versteigert.**

**[www.landwirt.com](http://www.landwirt.com)**

ERTRAGS-/GESCHÄFTSMODELL

## TAUSCHGESCHÄFT/BARTER



Foto: LFI 0

# TAUSCHGESCHÄFT/BARTER

**Beim Tauschgeschäft bekommt der Konsumierende Ware vom Unternehmen, ohne dafür Geld zu bezahlen. Stattdessen bietet er dem Unternehmen etwas an, was für das Unternehmen von Wert ist.**

## **BEISPIEL**

**Kund\*innen bekommen Punkte beim Kauf von Produkten (z. B. Kaffee) und können diese gegen Ware eintauschen.**

## CROSS SELLING



# CROSS SELLING

**Beim Cross Selling wird das Leistungsangebot durch komplementäre Zusatzangebote ergänzt. Damit möchte man Zusatzverkäufe generieren, indem man die bestehenden Kundenbeziehungen und Ressourcen nutzt.**

## **BEISPIEL**

**Familie Schrefel bietet Urlaub am Bauernhof an. Zusätzlich veredeln sie die Milch ihrer Schafe und verkaufen die Produkte im Hofladen. Die Gäste, die bei ihnen Urlaub machen, werden mit hoher Wahrscheinlichkeit auch ihre Produkte kaufen.**

**[www.biobauernhof.com](http://www.biobauernhof.com)**

ERTRAGS-/GESCHÄFTSMODELL

## EXKLUSIVE DEALS IN BEGRENZTER ZEIT



Foto: LDD

# EXKLUSIVE DEALS IN BEGRENZTER ZEIT

**Wer besonders kreative oder einzigartige Aktionen anbietet, die nur in einem bestimmten Zeitraum zur Verfügung stehen, verlockt die Kundschaft dazu, eher zuzugreifen und die Kaufentscheidung zu beschleunigen.**

## **BEISPIEL**

**Zeigen Sie bei dem Deal die verbleibende Zeit nicht nur in Stunden und Minuten an, sondern auch in Sekunden. Dabei fühlt sich der Konsumierende leicht unter Druck gesetzt und beschleunigt vermutlich seine Kaufentscheidung. Dies können beispielsweise Last Minute Angebote sein.**

ERTRAGS-/GESCHÄFTSMODELL

BEZAHL SO VIEL DU WILLST



# BEZAHL SO VIEL DU WILLST

Die Kund\*innen zahlen so viel, wie ihnen die Leistung Wert ist. Bei dieser Preispolitik handelt es sich um den Versuch, eine nachhaltige Balance zu finden, die sowohl dem Unternehmen ermöglicht, weiter zu existieren und die Gäste für den Wert von Lebensmitteln sensibilisiert. Dieses Modell kann auch zur Preisfindung eines neuen Produktes genutzt werden. Das Unternehmen bekommt Einblick, wie viel Geld Kund\*innen dafür ausgeben würden.

## BEISPIEL

In einem pakistanischen Restaurant in Wien kann man essen so viel man will und muss anschließend den Preis dafür schätzen. Die Konsumierenden sollen sich zur Preisfindung an der gegessenen Menge und der Zufriedenheit mit der Mahlzeit orientieren und so einen fairen Preis bezahlen.

[www.deewan.at](http://www.deewan.at)

GESTALTUNGSVORGABE

## SPIELERISCH MACHEN



Foto: LEI 6

# SPIELERISCH MACHEN

**Nicht nur Kleinkinder spielen gerne, auch Erwachsene erfreuen sich manchmal an verspielten Momenten oder spielerischen Situationen.**

## **BEISPIEL**

**Bei GEA gibt es eine besonders kreative Aktion: Zwillinge bis zum 10. Lebensjahr erhalten einen besonders hohen Rabatt auf Waldviertler Schuhe, wenn sie u. a. ein verspieltes Foto dazu einsenden.**

**[www.gea-waldviertler.at](http://www.gea-waldviertler.at)**

## WEGLASSEN

ates am res dessimi nven  
isti autas expel inverov idelennu  
em. Acculpa rcitibusant re dolo te nimusa  
non rem rerferum ius ist aut qui conseque nihi  
porit latecto inimi, quos et et perias modiosam e  
~~citestolesti~~ net provit, sitate peris earum solup-  
dia volessimint etur ~~aut exernate propore~~ volupta  
atesti alit, aceaquat quo quia velitiis ius acest idem  
as non perupti con et doluptium que porerchitat  
dendae. Bis a cus re, eum ius, aligentur aut quaspe-  
sedis eum ~~sitisque nonem~~. In con nes perore si que  
rio. Dolupta tendam am sitiusciet la voluptation con  
m. Nequaspere laccupt atiatu, ommolor eriberiae  
minias ut aliquossi dolupid enditatus sectibus dit  
dae. Nam, samet ullupta tionsed ut velectur aud:  
num que volenis seque se eria coneceris as  
~~archil lendae occupaqui~~ qui officio

# WEGLASSEN

**Um ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung anzubieten, ist es ratsam, die bestehenden Produkte zu analysieren und sich auch eventuell von etwas zu trennen.**

## **BEISPIEL**

**Ein landwirtschaftlicher Betrieb hat nicht die notwendigen Ressourcen, um ein zusätzliches Produkt zu erzeugen, deshalb trennt er sich von einem Produkt, welches nicht gut verkäuflich ist.**

# GESTALTUNGSVORGABE

## VORHANDENES ANREICHERN



# VORHANDENES ANREICHERN

**Geben Sie Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung einen bestimmten Mehrwert, dass es sich von anderen abhebt. Was ist Ihr Extra?**

## **BEISPIEL**

**Die Käse Rebellen wälzen Schnittkäse in bunten Heublumen von der Alpenwiese, um für das gewisse Extra zu sorgen und Aufmerksamkeit zu erregen.**

**[www.kaeserebellen.com](http://www.kaeserebellen.com)**

GESTALTUNGSVORGABE

SELBER MACHEN



Foto: Halfpoint/stock.adobe.com

# SELBER MACHEN

**Welchen Rohstoff erzeugen Sie am Betrieb und was machen Sie daraus? Statt den Rohstoff vielleicht zu verkaufen, überlegen Sie sich, wie Sie den Rohstoff selbst weiterverarbeiten können und daraus eine zusätzliche Einnahmequelle schaffen können.**

## **BEISPIEL**

**Familie Enne hat es sich zum Ziel gesetzt, ihr Rindfleisch nicht nur als Frischfleisch zu verkaufen, sondern zu einer „Wurst im Mantel“ weiterzuverarbeiten. Die Würste werden in einem Bioschlachtbetrieb hergestellt und am Hof selbst kreieren sie verschiedene Panaden aus beispielsweise Dirndl, Kräuter und Gemüse, mit der sie die Würste veredeln.**

**[www.biohof-grossorth.at](http://www.biohof-grossorth.at)**

GESTALTUNGSVORGABE

LEICHTER ZUGÄNGLICH  
MACHEN

A hand with pink nail polish is typing on a silver laptop keyboard. A magnifying glass is positioned over the keyboard, focusing on the letters 'S', 'E', and 'O'. The letters are large and white, standing out against the dark keys. The entire scene is framed by a circular, multi-lined pink border.

**SEO**

# LEICHTER ZUGÄNGLICH MACHEN

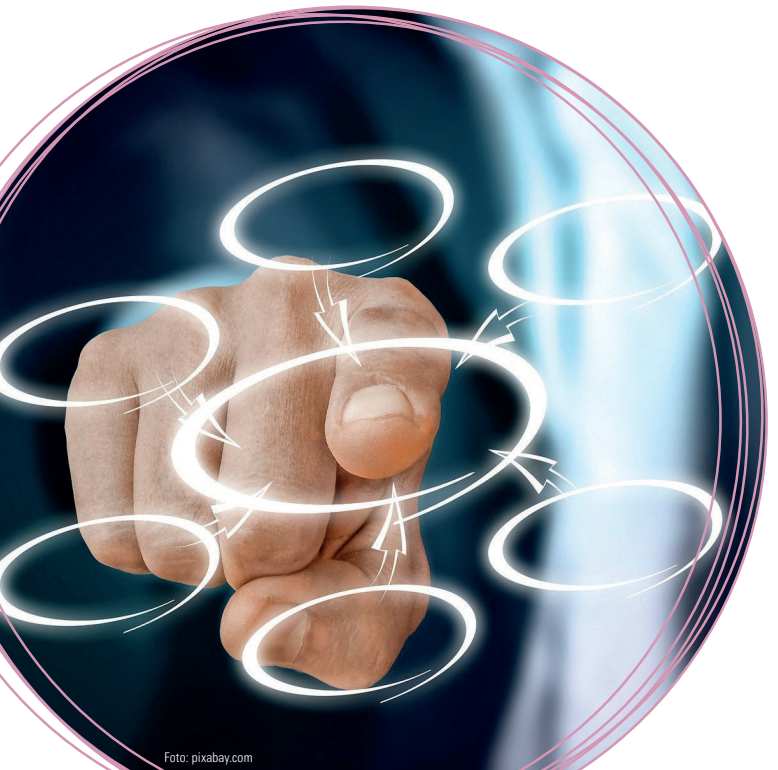
Helfen Sie Ihren Kund\*innen zu finden, was sie suchen. Sie können zum Beispiel in Ihrem Online-Shop noch so köstliche Produkte anbieten, aber wenn die Website niemand findet, dann ist es verlorene Müh'. Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung) ist ein wichtiges Tool, um online eine neue Zielgruppe zu gewinnen.

## BEISPIEL

Bei der Programmierung einer Website kann es sinnvoll sein, sich professionelle Unterstützung zu holen, die weiß, welche Metadaten, Keywords etc. vorhanden sein müssen, damit Sie online leichter gefunden werden.

GESTALTUNGSVORGABE

AUTOMATISIEREN/  
STANDARDISIEREN



# AUTOMATISIEREN/ STANDARDISIEREN

**Durch die Standardisierung und Automatisierung Ihrer Prozesse sparen Sie in der Regel Zeit und oft hat es auch ökonomische Vorteile.**

## **BEISPIEL**

**Vor allem zu Beginn von neuen Prozessen lohnt sich eine Festlegung von Abläufen, damit alle Mitarbeiter\*innen zeitsparend und effizient den Ablauf wiederholen können.**

GESTALTUNGSVORGABE

# WIEDERERKENNUNGSWERT SCHAFFEN



# WIEDERERKENNUNGSWERT SCHAFFEN

Das Corporate Design ist wesentlich für die Vermarktung der eigenen Produkte. Wenn Sie es schaffen, dass ein Produkt beim Konsumierenden in Erinnerung bleibt, ist dies der erste Schritt, dass dieser wieder bei Ihnen einkauft und auch Ihre anderen Produkte ausprobiert.

## BEISPIEL

Der Biobauernhof Orth hat für seinen Betrieb eine eigene Marke geschaffen und stellt so sicher, dass die Kund\*innen die einzelnen unterschiedlichen Produkte wiedererkennen.

[www.biobauernhof.com](http://www.biobauernhof.com)

# GESTALTUNGSVORGABE

## KOPIEREN



# KOPIEREN

**Nicht immer muss man ein Produkt oder eine Dienstleistung neu erfinden. Oft gibt es auf anderen Betrieben oder in anderen Ländern umgesetzte Ideen, die für den eigenen Betrieb adaptiert werden können.**

## **BEISPIEL**

**Eine Molkerei in der Schweiz bewirbt ihren Käse als Hornkühkäse, das heißt, dass der produzierte Käse von Kühen mit Hörnern stammt. Hier kann man sich beispielsweise die Frage stellen, ob dies auch in der eigenen Region sinnvoll und umsetzbar ist.**

**[www.urnaescherkaese.ch](http://www.urnaescherkaese.ch)**

# MEGATRENDS

## WISSENSKULTUR



# WISSENSKULTUR

**Digitale Medien schaffen einen immer leichteren Zugang zu einer wachsenden Wissensmenge. Es gibt zwar Experten auf bestimmten Gebieten, aber jeder kann sich leicht Informationen beschaffen, sich selbst eine Meinung bilden und mitreden.**

## **BEISPIEL**

**Heutzutage lässt sich nahezu jede Info mittels Suchmaschine finden. Überlegen Sie sich etwas, was Ihre Kundschaft vielleicht so noch nicht wusste und online auch nicht findet, wie beispielsweise alte bäuerliche Rezepte mit besonderen Zutaten oder den gesundheitlichen einmaligen Nutzen von besonderen Wildkräutern aus der Region.**

MEGATRENDS

# KONNEKTIVITÄT



# KONNEKTIVITÄT

**Konnektivität bezeichnet die neue Organisation der Menschheit in Netzwerken. Das Internet und die Digitalisierung sind in allen Bereichen des Lebens präsent und verändern die Gesellschaft, die Ökonomie und die Kultur. Über das „Internet der Dinge“ kommunizieren nicht mehr nur Menschen, sondern auch Maschinen miteinander.**

## **BEISPIEL**

**Wir können mit allen jederzeit kommunizieren. Informationen können in Echtzeit geteilt werden, indem beispielsweise Webcams im Stall oder am Feld installiert werden und der Kundschaft zeigen, was und wo gerade am Hof gearbeitet wird.**

MEGATRENDS

# NEO-ÖKOLOGIE



# NEO-ÖKOLOGIE

Die Neo-Ökologie beschreibt den Veränderungsprozess zu einem ressourceneffizienten und nachhaltigen Wirtschaften. Hier kommt das „Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit“ zum Einsatz, welches die Bereiche Ökologie, Ökonomie und Soziales als gleichberechtigt ansieht.

## BEISPIEL

Bei dem Start-up Wohnwagon (NÖ) werden mobile Minihäuser geschaffen. Den ökologischen Vorteil stellen die autarke Versorgung und die ressourcenschonenden Baumaterialien dar. Der ökonomische Beitrag ist eine hohe Eigenkapitalquote und die Finanzierung erfolgt teilweise über einen regionalen Vermögenspool. Ein sozialer Aspekt ist u. a., dass ein Großteil der Wertschöpfung in Österreich bleibt.

[www.wohnwagon.at](http://www.wohnwagon.at)

MEGATRENDS

# GLOBALISIERUNG



# GLOBALISIERUNG

Die Globalisierung ist die weltweite Vernetzung und Verflechtung in vielen Bereichen, wie der Wirtschaft, Politik, Kultur, Umwelt und Kommunikation. Die Menschen auf der Erde können miteinander handeln, sich gegenseitig austauschen und voneinander profitieren. So können wir in Österreich zum Beispiel auch Spezialitäten aus anderen Ländern genießen. Neben vielen positiven Auswirkungen ist die Globalisierung eine der zentralen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Wirtschaftlich stärkere Länder haben mehr Macht und können den Preis für die Handelsgüter stark beeinflussen.

## BEISPIEL

Ein Betrieb kann vom Export seiner Produkte und Dienstleistungen profitieren. Willi Opitz ist passionierter Weinbauer, der nicht nur seine Produkte ins Ausland exportiert, sondern auch sein Know-how zur Weinerzeugung Betrieben aus dem Ausland zur Verfügung stellt.

[www.willi-opitz.at](http://www.willi-opitz.at)

MEGATRENDS

# INDIVIDUALISIERUNG



Foto: ikostudio/stock.adobe.com

# INDIVIDUALISIERUNG

**Individualisierung bedeutet Entscheidungsfreiheit, jeder kann in allen Bereichen des Lebens frei wählen, sei es hinsichtlich Beruf, Glaube oder Sexualität. Der Wunsch nach Selbstverwirklichung und Selbstbestimmung nimmt zu. Nischen entstehen, die sich von der Masse abheben und an eine spezielle Zielgruppe angepasst werden.**

## **BEISPIEL**

**Die Firma „mymuesli“ bietet individualisierte Müslimischungen an. Man wählt seine Lieblingszutaten aus, kann diese Zutaten speichern und später erneut bestellen.**

**[www.mymuesli.com](http://www.mymuesli.com)**

MEGATRENDS

GESUNDHEIT



# GESUNDHEIT

Gesundheit ist nicht das Gegenteil von Krankheit. Es geht um ein Bewusstsein der inneren Balance, das flexible Reagieren des Körpers und der Seele auf Behinderungen und Altersprozesse. Um einen Zustand des Wohlbefindens zu erreichen und zu bewahren, setzen immer mehr Gesundheitsbewusste auf ausgewogene Ernährung, körperliche Fitness und präventive Maßnahmen. Der Markt der ganzheitlichen Gesundheit wächst.

## BEISPIEL

Die Menschen achten immer bewusster auf die Inhaltsstoffe bei Lebensmitteln und Pflegeprodukten und meiden potentiell schädliche Substanzen.

Die Metzler Käse-Molke GmbH aus Vorarlberg stellt Hautpflegemittel auf Molkebasis her, die ohne chemische Wirk- oder Farbstoffe auskommen.

[www.molkeprodukte.com](http://www.molkeprodukte.com)

MEGATRENDS

## GENDER SHIFT



# GENDER SHIFT

**Der Megatrend Gender Shift beschreibt einen grundsätzlichen Wandel einer männerdominierten Welt: Massive Umbrüche im Berufs- und Privatleben von Männern und Frauen bringen große Chancen mit sich. Männer und Frauen finden ihre Lebensbalance nicht mehr nur in beruflicher Verwirklichung, sondern auch in neuen Beziehungs- und Familienmodellen.**

## **BEISPIEL**

**Eine moderne, effiziente Agrarpolitik braucht die Sicht der Frauen. Um eine aktive Mitgestaltung in verschiedenen Gremien, Verbänden und Vereinen zu forcieren, wird seit 2010 der ZAMM-Lehrgang „Professionelle Vertretungsarbeit im ländlichen Raum“ speziell für Bäuerinnen angeboten.**

**[www.zamm-unterwegs.at](http://www.zamm-unterwegs.at)**

MEGATRENDS

SICHERHEIT



# SICHERHEIT

Das Thema Sicherheit bekommt in der Gesellschaft einen immer höheren Stellenwert. Durch Krisen, Kriege etc. geht das Gefühl einher, dass die Welt immer unsicherer wird und trägt zur Verunsicherung der Menschen bei. Sie streben aber nach Sicherheit und wollen sich keine Sorgen über das „Morgen“ machen.

## BEISPIEL

Zum Thema Sicherheit gehört auch die Rückverfolgbarkeit bei Lebensmitteln. Das spürt man immer spätestens dann, wenn ein Lebensmittelkandal vorherrscht. Die Antersdorfer Mühle zeigt auf ihren Verpackungen die Bäuerinnen und Bauern, von denen die verschiedenen Getreideraritäten kommen und gibt der Kundschaft so ein sicheres Gefühl.

[www.antersdorfer.bio](http://www.antersdorfer.bio)





