



WMT – Direktvermarktung

Facharbeiter für Erwachsene – 1. Jahrgang



Direktvermarktung - Definition:

= Vermarktung

- ☐ überwiegend
- ☐ eigener (→ [Zukaufsregelung](#) [Zukauf bei Ernteausschlag: Seite 7])
 - ☐ Urprodukte oder
 - ☐ Verarbeitungserzeugnisse
- ☐ an
 - ☐ Endverbraucher
 - ☐ Einzelhandel,
 - ☐ Gastronomie oder Großhandel
- ☐ in eigenem Namen,
- ☐ auf eigene Rechnung und
- ☐ auf eigene Verantwortung.



Voraussetzungen für die Direktvermarktung

Betriebliche und **persönliche** Voraussetzungen, **Bauliche** Anforderungen

1. Betriebliche Aspekte

Direktvermarktung

- ⇒ neben Primärproduktion
 - ⇒ Vermarktung und
 - ⇒ Verarbeitung

Arbeitskapazität notwendig!!!

Qualitätsbewusstsein leben!!!



a. **Arbeitswirtschaft**

- ☐ Arbeits- und Zeiteinteilung innerhalb der Familie

- ☐ genau planen,
 - ☐ wer
 - ☐ welche Arbeiten übernimmt oder
 - ☐ für welche Tätigkeiten Fremdarbeitskräfte gebraucht werden



b. Qualitätsbewusstsein

Direktvermarkter müssen ein hohes Maß an **Qualitätsbewusstsein haben und jeder der in irgendeiner Weise bei der Direktvermarktung mitarbeitet, muss dieses „Qualitätsbewusstsein leben“**

Dazu gehört:

- ☐ Bescheid wissen was Qualität bedeutet,
- ☐ wie Qualitätsprodukte hergestellt werden
- ☐ und wie mit diesen umgegangen wird.

Für alle muss klar sein, dass am Betrieb ausschließlich qualitativ hochwertige Produkte hergestellt und verkauft werden



c. Marktanalyse

Marktanalyse

⇒ welche Produkte auf welchen Vermarktungswegen anbieten ?

Zu überlegen sind Fragen wie:

- ☐ Mit welchen Produkten kann ich am Markt erfolgreich sein?
- ☐ Können Nischenprodukte hergestellt werden?
- ☐ Was liegt mir und meinem Betrieb besonders gut?
- ☐ Welche Vor- und/oder Nachteile bringt mein Betriebsstandort mit sich?
- ☐ Wer sind meine Mitbewerber und wie unterscheide ich mich von ihnen?



2. Persönliche Anforderungen

positive Einstellung der gesamten Familie

⇒ Überlegen, wer von den Familienmitgliedern in der Direktvermarktung mitarbeiten kann bzw. soll

wesentliche persönliche Eigenschaften

- kontaktfreudig
- gerne mit Menschen zusammen
- Verantwortungsbewusstsein
(Lebensmittelunternehmer für **Sicherheit der Lebensmittel selbst** verantwortlich!!!)
- Lernbereitschaft – Weiterbildung
(rechtliche Rahmenbedingungen – z.B. Hygieneschulung!!!, Technologie in Verarbeitung, Qualitätssicherung und Vermarktung)



- Interesse für
 - zeitgemäße und bewusste Ernährung,
 - für aktuelle Trends und
 - das Konsumentenverhalten
(Bedürfnisse der Kunden entwickeln sich!!!)
- Sauberkeit
- auf sich selbst schauen
(denn man hat den direkten Kontakt zum Kunden und verkörpert, was man verkauft!!!)
- selbst genießen können
(um den Kunden den Genuss der eigenen Produkte vermitteln zu können)



3. **Bauliche Anforderungen**

erforderliche betriebliche Ausstattung abhängig von:

- welche Produkte werden erzeugt, verarbeitet bzw. vermarktet
(eigener **Verarbeitungsraum** bzw. **Kühlraum?** → verschiedenen Leitlinien (www.bmgv.at) beachten!!!
(Tipp: **Handbücher zur Eigenkontrolle**)

- Umbau oder Neubau notwendig?
 - kann nur dann beurteilt werden, wenn klar ist, was, wie und in welchen Mengen produziert wird
 - was für den **Transport bei Zustellung** oder für den **Markstand erforderlich ist** hängt von den Umständen der Lieferung ab
(z.B. **Kühlkette aufrecht erhalten**)



Checkliste „Anforderungen für die DV“

- Interesse am Umgang mit Lebensmitteln
- hohes Qualitätsbewusstsein
- Kaufmännisches Geschick
- Marktanalyse
- freie Arbeits- und Zeitkapazität
- Bereitschaft zu Aus- und Weiterbildung
- hygienische Voraussetzungen
- Bauliche Gegebenheiten
- technische Einrichtungen
- Investitionsmöglichkeit



- Freude am Umgang mit Menschen
- Interesse gegenüber den Kunden
- Interesse an Ernährungs- und Konsumententrends
- Innovationsbereitschaft
- Selbstbewusstsein
- Ideenreichtum
- Teamgeist
- Freude am Genießen



Links

[Codexkapitel des Österreichischen Lebensmittelbuches IV. Auflage](#)

[GRUNDSÄTZE DER GUTEN HYGIENE - PRAXIS](#)

[Handbuch zur Eigenkontrolle für bäuerliche Betriebe](#)