

# Die Zukunft auf den Boden bringen

## Fachtag Gemüse-, Obst- und Gartenbau der Wintertagung 2025

In der HBLFA Schönbrunn trafen sich Ende Jänner zahlreiche Vertreter der Obst- und Gemüsebaubranche im Rahmen der 72. Wintertagung zum Netzwerken und Gedankenaustausch.

Wer hätte vor zehn Jahren gedacht, dass wir uns Sorgen darüber machen müssen, woher unser Obst und Gemüse kommt?“, begrüßte Gerd Koch, Schulleiter der HBLFA für Gartenbau Schönbrunn, die zahlreichen Teilnehmer des Fachtages. Herausforderungen wie Kriege, politische Spannungen, Inflation und Naturkatastrophen erschweren die Produktion von Obst und Gemüse zunehmend. Daher ist es umso wichtiger, auf die heimische Erzeugung zu achten, da die kleinen, regionalen Betriebe für die Nahversorgung entscheidend sind. Der Klimawandel bietet allerdings auch Chancen, da neue Sorten in unseren Regionen gedeihen können.



Foto: ÖSF/Schreiber

### HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN FÜR DIE BRANCHE

Manfred Kohlfürst (Obmann des Österreichischen Branchenverbands für Obst und Gemüse) berichtete über die zahlreichen Probleme der Branche. Enorme Kostensteigerungen in den letzten Jahren (Lohnkosten: Anstieg um 28,8% von 2016 bis 2023; Jungpflanzen und Saatgut: +22% für Jungpflanzen im 4er Topf zwischen 2022 und 2023; IFCO-Kisten +17% von 2021 bis 2023; Anlagekosten im Obstbau +38% in den letzten vier Jahren).

Der Obstbau ist stark unter Druck, die Obststrukturerhebung 2023 (im Vergleich zu 2017) ergab eine Verringerung der Gesamtfläche von 15.733 auf 13.467 ha (-14%). Die Anzahl der Betriebe ist von 3.909 auf 3.154 gesunken (-19%). Besonders starke Rückgänge gab es in der Steiermark (-21%) und im Burgenland (-31%). Die Apfelfläche ist um 15% gesunken, 294 Betriebe haben die Apfelproduktion eingestellt. Zuwächse gibt es bei Kulturheidelbeeren, ein wenig mehr auch bei der Birnenanbaufläche. Ein starker Rückgang ist bei Holunder (-45%) und Aronia (-20%) zu vermerken.

Insgesamt steigt der Investitionsbedarf, aber nur knapp 20% der Betriebe investieren in die Weiterentwicklung der Tafelobstproduktion, 32% warten ab, notwendige Ersatzinvestitionen werden getätigt, 34% der Betriebe warten ab und tätigen keine Ersatzinvestitionen und 14% haben schon Maßnahmen zum Ausstieg ergriffen. Außerdem ist die Nachfolge bei Betrieben mit unter 15 Jahren bis zur Pensionierung des Betriebsführers nur bei 25% der Betriebe geregelt, bei 44% besteht Interesse, die Nachfolge ist aber noch nicht geregelt und bei 31% gibt es keinen Nachfolger.

Der Tagungsraum der HBLFA war gut gefüllt. Von links nach rechts: Sabine Grausgruber-Gröger und Anna Moyses (AGES), Gerd Koch, (Schulleiter der HBLFA für Gartenbau Schönbrunn), Manfred Kohlfürst (Obmann des Österreichischen Branchenverbands für Obst und Gemüse), Irene Gombotz (Beeren- und Gemüsebauern Straden), 2. Reihe: Johann Regner (Bereichsleiter Obst und Gemüse bei REWE).

Ein weiteres Problem für die Obst- und Gemüsebauern ist die schwierige Lage im Pflanzenschutz: Immer mehr Wirkstoffe werden nicht mehr zugelassen oder nicht verlängert, es treten Unterschiede bei der Zulassung innerhalb Europas auf (Wirkstoffe sind in anderen EU-Ländern zugelassen und bei uns verboten), Indikationserweiterungen für kleine Kulturen gestalten sich schwierig und es kommen immer wieder neue Schädlinge und Krankheiten durch die Klimaveränderung zu uns. Weitere Probleme entstehen durch Spätfröste, Trockenperioden, Überflutungen und Stürme. Bei den Essenstrends ist zu vermerken, dass immer weniger individuell eingekauft wird und der Außer-Haus-Konsum steigt. Bei Obst und Gemüse nimmt der Anteil von Konserven und Tiefkühlware zu. Ein Zwischenziel konnte im Conveniencebereich erzielt werden, ab 1. 1. 2025 muss die Herkunft bei geschnittenem (und nicht weiter verarbeiteter) Obst und Gemüse angeführt werden (z. B. Suppengemüse, geschnittenes Obst in Bechern). Abschließend betonte Manfred Kohlfürst, dass die Obst- und Gemüseproduktion Potenzial hat, es aber faire Wettbewerbsbedingung, wie Kostenwahrheit und ausreichend Werkzeuge braucht.

Johann Regner, Bereichsleiter Obst und Gemüse bei REWE, stellte den Teilnehmern die Erwartungen der Kun-

den bezüglich Obst und Gemüse und die Erwartungen von REWE gegenüber den Produzenten vor. Zusätzlich sprach er über Verkaufsstrategien und Initiativen gegen Foodwaste (Wunderlinge, Rettersackerl). Er erklärte die regionale Eigenmarke („Da komm ich her“), dass heimische Ware Vorrang gegenüber anderen Produkten hätte und den Ausbau von regionalen Exoten (Reis, Melonen, Ingwer, Papau, Physalis, etc).

### SPANNUNGSFELD GASTRONOMIE UND HEIMISCHE OBST- UND GEMÜSEPRODUZENTEN

Philip Stohner, Culinary Director beim Verband der Köche Österreich und selber Koch in Tirol, sprach über die Faktoren, die Gastronomen bewegen heimische Produkte zu kaufen. Er unterschied zwischen der Spitzengastronomie, bei der die Qualität der regionalen Produkte im Vordergrund stünde und die mit lokalen Produzenten zusammenarbeiten würde. Durch gemeinsames Tüfteln entstehen außergewöhnliche Produkte zum Beispiel durch den Anbau alter Sorten. Dann ist der Produzent natürlich auch auf der Speisekarte. Dagegen die breite Masse der Gastronomie braucht Mengen zum günstigen Preis, wobei Stohner da auch schon Trends zu mehr Regionalität und Qualität ortet. Ein weiteres Problem besteht darin, dass der Gastronom einfache Einkaufswege sucht und nicht zu zehn Lieferanten fahren möchte. Er stellt als Vorbild Südtirol vor, wo große Genossenschaften die Vermittlungsposition zwischen Produzenten und Gastronomen übernehmen.

### MEHR WERTSCHÖPFUNG DURCH VERARBEITUNG

Tom Jungblut, Gemüseproduzent und Betriebsleiter aus Luxemburg, sprach über den Weg seines Betriebs in die Verarbeitung von Gemüse. Durch den steigenden Außer-Haus-Konsum entscheiden die Leute immer weniger, woher ihre Lebensmittel kommen. Immer mehr Arbeitsschritte werden wegen Personalmangels von der Gastronomie ausgelagert (z. B. Kartoffelschälen, schneiden und zu 70 % garen), was eine Chance für die Produzenten darstellt. Auch das neue Lieferkettengesetz begünstigt die regionale Beschaffung (CO<sub>2</sub>-Bilanz). Für den Produzenten hat die Verarbeitung den Vorteil, dass mehr Wertschöpfung am Betrieb bleibt, lokale Arbeitsplätze geschaffen und auch krummes Gemüse mitverarbeitet werden kann. Nach eingehender Untersuchung der Marktlage (Sonderwünsche von Pflegeeinrichtungen und Schulen, wie z. B. allergenfrei) bietet er jetzt geschälte, gewürfelte und vorgegarte Kartoffeln und Rote Rüben im Vakuumbutel, geschälten und gewürfelten Kürbis (70 % seiner Kürbisse werden schon so verarbeitet), geschälte und nach Kundenwunsch geschnittene Zwiebel und vorgegartes Sauerkraut an. Damit hat er eine rentable Nische gefunden. Sehr hilfreich dabei ist, dass Schulkantinen den gesamten

Wareneinkauf über eine automatische staatliche Onlineplattform abwickeln und Regionalität und Bio-Produkte Vorrang vor dem Preis eingeräumt wurde. Diese Entwicklung war ein langsamer und mühsamer Prozess.

Danach kommt noch die Beeren- und Gemüseproduzentin aus Straden, Irene Gombotz, zu Wort, die mit 15 ähnlichen Betrieben die „jungen Wilden“ gegründet hat. Sie vermarkten ihre Produkte auf Märkten, in Direktvermarktung, in der lokalen Gastronomie und auch im LEH. Wichtig ist den Produzenten die Kommunikation mit den Abnehmern. Sie fordert Kostenwahrheit für ihre Produkte, also dass der Preis die tatsächlichen Kosten der Erzeugung in Österreich widerspiegelt. Sie ärgert sich auch darüber, dass in anderen EU-Ländern Pflanzenschutzmittel verwendet werden dürfen, die bei uns verboten sind.

### KÖNNEN EXOTEN BEI UNS KULTIVIERT WERDEN?

Lothar Wurm von der HBLA und BA Klosterneuburg sprach über den Anbau seltener Obstarten wie Mandeln, Pawpaw oder Oliven. Er kam zu dem Schluss, dass exotische Kulturen in geschützten Lagen durchaus erfolgreich angebaut werden können. Im Freiland bleibt der Anbau jedoch aufgrund der geringen Winterhärte weiterhin problematisch.

Juliane Reiterer stellte ihren Betrieb „Erla Exoten“ vor, der den Anbau von Pawpaw (Indianerbanane), Haselnüssen und Mandeln auf 11 ha im Weinviertel betreibt. Die exotische Pawpaw reift im September/Oktober. Der Fokus liegt auf dem Frischverzehr, aber auch Produkte wie Fruchtmus, Marmelade und Karamell werden hergestellt. „Erla Exoten“ vermarktet die Produkte ab Hof, über einen Online-Shop, bei Wiederverkäufern und im Lebensmitteleinzelhandel. Interessierte Abnehmer können den Betrieb auch bei Betriebsführungen kennenlernen.

*Edith Kaiser*



Foto: ÖSF/Schreiber

Sabine Kronberger (Chefredakteurin „Welt der Frauen“) führte souverän durch die Fragerunden: Von links nach rechts: Franz Michlits, Industrie-gruppe Pflanzenschutz, Anna Moyses und Sabine Grausgruber-Gröger, beide AGES, und Robert Kurka, Biobauer und Generalvertreter für FarmDroid in Österreich.