

Bio-Obst Genusswelt – Bio-Obst von der Region für die Region

Unser Projekt, die „Bio-Obst-Genusswelt“, ist in dieser Form einzigartig in ganz Österreich. Wie der Projekttitel bereits verrät, streben wir danach, Bio-Obst mit einem völlig neuen Konzept in unserer Region zu vermarkten. Im Jahr 2022 legten wir den Grundstein dafür und pflanzten über 10.000 Obstbäume. Ab 2024 soll die regionale Vermarktung richtig Fahrt aufnehmen – und zwar mit einem Selbstpflück- und Erlebniskonzept.

Unsere Ausgangssituation

Wir, Michael und Christoph Simon, sind zwei Brüder aus dem Bezirk Neunkirchen in Niederösterreich. Seit 2020 leiten wir gemeinsam den elterlichen Betrieb, der traditionellen Bio-Ackerbau, einen Mostheurigen, die Obstverarbeitung und den Bio-Obstbau umfasst. Mit viel Leidenschaft und Engagement führen wir den Betrieb in eine vielversprechende Zukunft.

Unsere erste Bio-Obstplantage wurde 2013 angelegt und umfasst zwei Apfelsorten: den Bio-Topaz und den Bio-Pinova Apfel. Diese beiden Sorten werden auf einer Fläche von 3 Hektar angebaut und seit 2018 ausschließlich im Umkreis von 40 Kilometern vermarktet. Jedes Jahr ernten wir etwa 95.000 kg Bio-Äpfel, wovon über 75 % unter der Marke „Most Michl“ an unsere mehr als 60 Partner geliefert werden.

Die verbleibenden 25 % unseres Bio-Obstes verwenden wir zur Herstellung von Bio-Fruchtsäften und Qualitätsmosten, die wir in unserem eigenen Ab-Hof-Shop und Heurigen vermarkten. Aufgrund der steigenden Nachfrage nach unserem Bio-Obst haben wir 2022 den nächsten Schritt in Richtung regionaler Vermarktung unternommen und das Projekt „Bio-Obst von der Region für die Region“ gestartet.

Die Projektbeschreibung

Im Jahr 2022 haben wir im Bezirk Neunkirchen auf einer Fläche von 5 Hektar eine Bio-Obstplantage errichtet. Auf dieser Fläche gedeihen über 5000 Marillenbäume, mehr als 1800 Zwetschkenbäume und über 2800 Apfelbäume. Unsere schmackhaften Marillen werden durch ein einzigartiges „Antiaqua Netz“ geschützt, das nicht nur in Österreich einmalig, sondern auch das größte seiner Art in ganz Europa ist. Zur effizienten Bewässerung haben wir einen Teich mit einem Fassungsvermögen von über 15.000.000 Litern Wasser angelegt.

Unser Vermarktungskonzept basiert auf Selbstpflücke, wobei die Kunden direkt in unseren Obstgarten kommen und ihr Lieblingsobst selbst von den Bäumen ernten. Der Vermarktszeitraum erstreckt sich von Mitte Juni bis Ende August.

Unsere eigenen Berechnungen zeigen, dass unser neues Projekt den Bedarf an Bio-Marillen in der Region um 50 %, den Bedarf an Bio-Zwetschken um knapp 20 % und den Bedarf an Bio-Äpfeln um knapp 35 % (bezogen auf den Bezirk Neunkirchen und Wiener Neustadt) decken kann.

Die Zielsetzung

- Unser Ziel ist es, 70 % des Ertrags über die Selbstpflücke und 30 % über unseren Ab-Hof-Shop in der Region zu vermarkten.

▪ Vorname: Christoph	Regionale Vermarktung
▪ Nachname: Simon	
▪ PLZ: 2620	
▪ Ort: Mollram	
▪ Bezirk: Neunkirchen	
▪ Telefon: 069910626175	
▪ Web: most-michl.at	



- Unser zweites Ziel ist es, jährlich 1000 Schülerinnen und Schüler in unsere Obstplantage einzuladen. Hier möchten wir ihnen durch Führungen, Veranstaltungen und Lehrpfade alles rund um den regionalen Obstanbau und die Bedeutung der regionalen Vermarktung näherbringen.
- Durch diese Art der regionalen Vermarktung erwarten wir uns verschiedene Vorteile:
 - Geringere Erntekosten (Personal, Maschinen)
 - Mehr Zusatzverkäufe von anderen verarbeiteten Produkten
 - Steigerung der Bekanntheit des gesamten Betriebs (einschließlich des Heurigen)
 - Reduzierung des Bedarfs an großen KühlLAGERhallen
 - Erhöhung des Anteils an Klasse-1-Obst
 - Reduzierung des Verpackungsmaterials.

Der Projekterfolg

- Die neue Plantage hat zu einer verbesserten Mitarbeiterbindung geführt. Im Bereich des Obstbaus gibt es üblicherweise starke Arbeitsspitzen wie Erntezeiten, das Ausdünnen im Juli und den Winterschnitt. Dazwischen herrscht oft Ruhe, was dazu führt, dass Mitarbeiter langfristig nicht gebunden werden können und sich in der Zwischenzeit nach anderen Betrieben umsehen. Durch unser neues Projekt „Bio-Obst von der Region für die Region“ haben wir diese Arbeitsspitzen nun besser verteilt, da das Steinobst bereits im Sommer reif wird und im Frühling geschnitten wird.
- Ebenso haben wir nun eine Ausdehnung des Vermarktungszeitraums für Obst von momentan 6 auf zukünftig 9 Monate im Jahr und eine bessere Risikostreuung durch die verschiedenen Obstarten (z.B.: Frostgefahr).
- Ein weiterer messbarer Punkt ist die gesteigerte Bekanntheit des gesamten Betriebs. Wir konnten beispielsweise die Besuche auf unserer Homepage im Vergleich zum Vorjahr vor dem Projekt um +130 % steigern. Auch in den Sozialen Medien konnten wir unsere Reichweite um +290 % erhöhen.

Die Innovation

Durch seine einzigartige Größe, spezielle Anbauform und innovative Vermarktungsstrategie ist unser Projekt in ganz Österreich einzigartig. Obwohl es mittlerweile Obstplantagen mit bis zu 10.000 Bäumen gibt, ist kein Netz vergleichbar mit unserem speziell entwickelten 'Antiaqua Netz', das Regen und Frost von den Bäumen fernhält. Dank eines 200 Meter langen Reißverschlusses kann es innerhalb von Sekunden geöffnet und geschlossen werden. Die Vermarktungsform der Selbstdpflücke in diesem Ausmaß ist ebenfalls beispiellos.

Um den Bedarf der bereits beschriebenen 15.000 KundInnen zu decken, werden wir einen Selbstbedienungsladen einführen. Hier können KundInnen ihr selbstgepflücktes Obst selbstständig abwiegen und bezahlen.

Unsere nächsten Ziele

Unser primäres Ziel ist es, eine Selbstdpflückrate von 70 % in unserer neuen Obstplantage zu erreichen, um die regionale Wertschöpfung so hoch wie möglich zu halten. Auf lange Sicht streben wir die Entwicklung einer neuen regionalen Vermarktungsform an. Konkret planen wir, mehrere andere Landwirte direkt neben unserer Plantage zu positionieren, die ebenfalls an der Selbsternte und unserem Konzept interessiert sind. Unser Ziel ist die Schaffung eines Ortes, an dem KundInnen in wenigen Jahren nicht nur unser Bio-Obst, sondern auch Bio-Gemüse und weitere Obstsorten wie beispielsweise Heidelbeeren, Himbeeren, Kiwis usw. selbst ernten können. In Zusammenarbeit mit Partnerbetrieben möchten wir ein neues Vermarktungskonzept anbieten, bei dem KundInnen zahlreiche heimische Produkte an einem Ort direkt selbst ernten können.