

BIOhof Schlager – „Landwirtschaft aus Leidenschaft“

Unsere Ausgangssituation

Wir haben den Betrieb vor über 20 Jahren von meiner Schwiegermutter übernommen (wir sind die 4. Generation). Damals wurde auf BIO umgestellt, großflächig renoviert bzw. neu gebaut. Flächen wurden im Laufe der Jahre zugekauft bzw. zugepachtet (derzeit ca. 40ha), der Tierbestand von 2 Milchkühen u. Schafen auf Mutterkuhhaltung (10 Kühe & 1 Stier) & Schweine (8 Stück Mastschweine/Jahr) umgestellt; die Anzahl der Legehühner wurde aufgestockt.

Die Projektbeschreibung

Vor 6 Jahren haben wir unseren Hofladen eröffnet; die Motivation dazu war eher privat begründet. Da wir uns immer mehr mit unserer Ernährung und den Lebensmitteln beschäftigt haben, und mit dem Angebot in den Supermärkten immer unzufriedener waren, haben wir beschlossen, unsere Produkte zu veredeln und selbst zu vermarkten; es werden auch Produkte von österreichischen BIObetrieben vermarktet, um ein gutes Grundsortiment anbieten zu können (nur BIOprodukte aus Österreich). Wir selbst „leben“ größtenteils von den Produkten aus unserem Hofladen – und kaufen in einem wirklich sehr geringen Ausmaß Lebensmittel im Supermarkt ein. Wir richten unseren Speiseplan danach, was gerade Saison hat bzw. was im Hofladen überbleibt.

Den Anbau, die Ernte, Reinigung und Weiterverarbeitung führen wir bis auf einige Ausnahmen (z.B. Dinkelentspelzen, Buchweizenschälen) selbst und bei uns am Betrieb durch. Somit können wir selbst die Qualität unserer Produkte bestimmen.

Weiters sind alle eigenen Produkte mit der Marke „LandKind“ gekennzeichnet, um eine klare Abgrenzung zu „Zukaufsprodukten“ zu schaffen. Transparenz ist uns sehr wichtig!

Die Zielsetzung

Ziel ist es, die gesamte Getreideernte selbst zu vermarkten.

Der Projekterfolg

In den letzten 6 Jahren hat sich der Umsatz im Hofladen stetig erhöht. Wir haben viele Stammkunden, die die Qualität unserer Produkte sowie die persönliche Beratung beim Einkauf zu schätzen wissen. Auch sind wir laufend bemüht unser Sortiment zu erweitern; sowohl im Bereich der eigenen Produkte als auch der Zukaufprodukte. Jedoch immer nur direkt vom Produzenten - ev. von kleineren Vermarktungsgemeinschaften; nicht vom Großhandel.

Das Einkommen in der Landwirtschaft konnte durch den Ab Hofverkauf erhöht werden, obwohl wir eine zusätzliche Arbeitskraft im Bereich Direktvermarktung beschäftigen. Mittlerweilen hat sich alles gut eingespielt, und somit könnten wir uns auch auf weitere neue Projekte konzentrieren.

Die Innovation

Wir versuchen, uns mit guter Qualität und Kundenbetreuung am Markt zu etablieren. Laufende Werbung bzw. die Kunden auf unseren Social-Media-Kanälen mit Neuigkeiten

- **Vorname:** Jutta
- **Nachname:** Schlager
- **PLZ:** 2620
- **Ort:** Molram
- **Bezirk:** Neunkirchen
- **Telefon:** 0660/827 47 56
- **Web:** land-kind.at, diekleineauszeit.at
- **Erwerbstätigkeit:** Nebenerwerb
- **Produktionssparten:**
Eigenprodukte:
Getreideprodukte, Öle, Eier,
Fleisch, Nudeln
- **Kategorie:** Regionale
Vermarktung





aber auch mit unserem Leben und Arbeiten am Hof zu informieren, tragen ebenfalls dazu bei, dass es nie ganz ruhig um uns wird. Auch gibt es immer wieder neue Produkte und wir gehen auch auf Kundenwünsche ein.

Unsere Verpackung ist hauptsächlich Papier - auch bei Nudeln (ohne Sichtfenster), jedoch mit Etikett und Logo mit Wiedererkennungswert (Marke LandKind). Bis auf einige Ausnahmen (die es uns hygienetchnisch nicht erlauben) verzichten wir komplett auf Plastik.

Auch gibt es schon einige neue Projekte bzw. Angebote am Betrieb die immer irgendwie im Zusammenhang mit unserem Hofladen stehen.

Unsere Kunden

Der Hauptteil unserer Kunden (sowie der Hauptumsatz) sind Privatpersonen, die direkt bei uns im Hofladen einkaufen. Wir beliefern auch eine Dorfladenbox, die gute Umsätze bei unseren Produkten erzielt. Ein Spar im Nachbarort vertreibt ebenfalls einen Teil unserer Produkte; sehr erfolgreich wie sowohl der Firmeninhaber u. ich in den letzten Jahren festgestellt haben. Es gibt auch noch einige kleinere Abnehmer wie Bioläden etc. die jedoch nicht wirklich viel zu unserem Umsatz beitragen.

Unsere nächsten Ziele

Seit 2022 sind wir zertifizierter Green Care Auszeithof und bieten in Kooperation mit einer Lebens- und Sozialberaterin & Gesundheitsförderin Veranstaltungen im Bereich Bewegung, Ernährung und Mentale Gesundheit an. Hier schlagen wir so gut wie immer die Brücke zu unserem Betrieb und unserem Hofladen. Bei Kochworkshops werden soweit wie möglich Produkte aus unserem Hofladen verwendet, bei Vorträgen & Workshops bieten wir die Verpflegung aus unserem Hofladen an.

Seit 2023 bin ich Fachkraft für Tiergestützte Arbeit und biete in diesem Bereich Angebote für Kinder- und Jugendliche in besonderen Situationen (Reha, Fremdunterbringung, Arbeitssuche, ...) sowie mit besonderen Bedürfnissen an. Auch Senioren zählen zu unserer Zielgruppe. Auch bei diesen Angeboten gibt es meistens eine Verpflegung aus unserem Hofladen.

Ab nächstem Jahr planen wir "Themenkaffees" wie z.B. Trauerkaffe (hierzu möchte ich im Herbst eine Ausbildung für Sterbe- u. Trauerbegleitung machen), Demenzkaffee, usw. Auch hier wird es die Verpflegung aus unserem Hofladen geben, bzw. unsere Tiere und unser Betrieb werden eingebunden.