

BLW 5 | 1.2.2019

LÄNDERRUNDSCHAU | 19



Kräuteranbau statt Milchviehhaltung

Familie Aufreiter setzt auf Diversifizierung und ein Nischenprodukt mit Potenzial

Alberndorf/Oberösterreich Kräuter, Kräuter, duftende Kräuter, Auf 35 ha baut die Familie Aufreiter alles an, wonach Küche und Gesundheit verlangen. "Aus Neugier ist Leidenschaft geworden", sagt Hans Aufreiter und erinnert sich an die 2000 m2 Pfefferminze, mit denen er vor rund 30 Jahren seinen Kräuteranbau begann. Heute sind die Produktion und Vermarktung von mehr als 50 verschiedenen Gewürz- und Heilkräutern das Hauptstandbein des Biobetriebs in Alberndorf. "Anbau, Pflege, Ernte, Trocknung, Aufbereitung und Vermarktung - bei uns kommt alles aus einer Hand", fasst Aufreiter das Betriebskonzept zusammen.

Pfefferminzanbau statt Fleckviehzucht

Jahrzehntelang war der "Grögerer-Hof" einer der besten Fleckviehzuchtbetriebe im Mühlviertel und so blickt Hans Aufreiter nicht ohne Stolz auf das, was sein Vater Josef aufgebaut hat. Ab 1987 führte der Landwirt gemeinsam mit seiner Frau Michaela das Lebenswerk seiner Eltern weiter, nachdem er bereits zwei Jahre zuvor mit der Pfefferminze die erste Kräuterpflanze auf den Betrieb gebracht hatte. Michaela und Hans Aufreiter waren von den Kräutern dermaßen fasziniert, dass sie den Anbau schon wenig später auf 3 - 4 ha erweiterten und zusätzlich Maggikraut, Spitzwegerich und Zitronenmelisse kultivierten.

Noch im Jahr der Hofübernahme schafften sie sich eine Horden-Trocknungsanlage an, wie sie im Hopfenanbau eingesetzt wird. Nach und nach folgten weitere Spezialmaschinen für das Setzen und die Aussaat der Kräuter, deren Ernte und Aufbereitung. Das handwerkliche Geschick des Betriebsführers ersparte der Familie viele Kosten. So baute er einen Silohäcksler zur Kräuterschneidmaschine um oder konstruierte für den Mählader ein Trommelmähwerk mit Rechenketteneinzug, der die Kräuter nach dem Schnitt direkt auf die Ladefläche befördert. "Alle Maschine auf unserem Hof gäbe es auch zu kaufen, aber sie sind halt sehr teuer", sagt Hans Aufreiter.

Eigene Kreationen für Bauernmärkte

Mit dem Kräuteranbau ging bald eine kleine Direktvermarktung einher. Michaela Aufreiter kreierte ihre eigenen Tee- und Gewürzmischungen, die sie auf Bauern- und Weihnachtsmärkten verkaufte. "Meine Schwiegereltern haben uns beim Aufbau des neuen Betriebszweigs sehr unterstützt", betont die Hauswirtschaftsmeisterin.

Der Schädlingsdruck im Biokräuteranbau sei eher gering. "Da macht uns die Trockenheit schon erheblich mehr zu schaffen", betont Hans Aufreiter. Am ehesten litten die Pflanzen unter Mehltau oder Rost, "Wird der Befall frühzeitig erkannt, genügt es, nur die befallenen Stellen abzumähen und einzuarbeiten. Im nächsten Aufwuchs kommen dann wieder gesunde Pflanzen. Wichtig ist der Fruchtwechsel, damit sich der Boden erholen kann." Manche Kräuter holten sich viele Nährstoffe aus dem Boden, die Wurzeln der Lippenblütler wiederum scheiden Säuren aus, die sich im Boden ansammeln.

Der Biobauer hat im Lauf der Jahre

Auf einen Blick

- Der Krankheitsdruck im Biokräuteranbau ist gering. Am ehesten leiden die Pflanzen unter Mehltau oder Rost. Bei Befall werden die betroffenen Kräuter abgemäht und treiben im nächsten Aufwuchs wieder gesund aus.
- Kräuteranbau braucht ein ausgeklügeltes Fruchtfolgesystem. Mehrjährige und einjährige Pflanzen können zur Gesunderhaltung des Bodens aber geschickt kombiniert werden.
- Der Biokräuteranbau ist immer noch ein wachsender Markt und Produzenten sind im Vergleich zu anderen landwirtschaftlichen Produktionsschienen sehr gesucht.

viele Erfahrungen im Kräuteranbau gesammelt und ein ausgeklügeltes Fruchtfolgesystem entwickelt. Nach der Ernte der dreijährigen Zitronenmelisse im August/September baut Aufreiter als Folgefrucht Dinkel an, weil das Feld frei von Unkraut ist und diese Getreideart auch nach der Aussaat im Herbst noch Nährstoffe aufnehmen kann. Im Frühiahr wird im Dinkelfeld beim ersten Striegeln Kümmel als Untersaat eingesät und im Herbst das Getreide gedroschen. Der Kümmel entwickelt sich derweil weiter, gefriert im Winter ab, treibt im nächsten Frühjahr wieder aus, bildet Samen und wird dann gedroschen. "Mit Blick auf den Klimawandel müssen wir lernen, Kulturen anzubauen, die Trockenheit vertragen, weil die Bewässerung der Felder ein hoher Kostenfaktor ist", sagt Hans Aufreiter

Mehr Zeit für Kinder und Kräuter dank neuem Stall

1995 errichtete die Familie einen neuen "biotauglichen" Laufstall und stockte den Milchviehbestand auf 30 Kühe auf. "Der Stall war damals mit allem bestückt, was das Herz eines Milchbauern erfreut, angefangen von einer Transponderfütterung bis hin zum 6er Side by Side Melkstand", erinnert sich Hans Aufreiter. Der neue Stall war eine deutliche Arbeitserleichterung, nachdem der Betriebsführer im Bereich der Erwachsenenbildung des LFI ständig in Österreich und über die Andreas Hermes Akademie in Deutschland unterwegs war. "So blieb auch mehr Zeit für unsere Kinder und die

Fortsetzung auf Seite 20



An der hofeigenen Kräutertrocknungsanlage kontrollieren Hans Aufreiter und sein Sohn Jakob Schafgarben auf ihren Feuchtigkeitsgehalt. Ungeprüft verlässt kein Kraut den Betrieb.

Auflage: **5.900** Reichweite: **38000** Artikelfläche: **219844** mm²

Skalierung: **70%**

20 | LÄNDERRUNDSCHAU

BLW 5 | 1.2.2019

Kräuterbau statt...

Fortsetzung von Seite 19

Kräuter, die inzwischen unsere Leidenschaft geworden waren", sagt Michaela Aufreiter.

Die Seminare zur Persönlichkeitsund Unternehmensentwicklung, die ihr Ehemann viele Jahre intensiv geleitet hatte, haben seine Einstelfung zur Landwirtschaft geprägt. "Die Arbeit meines Mannes hat unseren Horizont erweitert und das Zutrauen gegeben, neue Wege zu gehen", sagt die Biobäuerin.

"Uns wurde irgendwann bewusst, dass ein Betrieb mit 30 Milchkühen auf Dauer nicht mehr überlebensfähig ist", merkt ihr Mann Hans an. "Mfr war auch kiar, dass ich die Erkenntnisse, die ich meinen Seminarteilnehmern vermittelte, auch selbst umsetzen musste. In der Landwirtschaft geht es nicht um Wachstum, sondern um Diversifizierung. Jede Bäuerin und jeder Bauer sollten ihre Talente, Fähigkeiten und persönlichen Stärken erkennen, ausbauen und den Mut zu Innovationen auföringen."

Nicht jedem liegt die Direktvermarktung

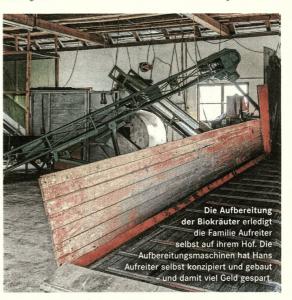
Dabei ist für Hans Aufreiter jedoch eines klar: "Wer nicht mit Menschen umgehen kann, den darf man nicht zur Direktvermarktung zwingen, auch wenn das die Zukunft vieler kleinstrukturierter landwirtschaftlicher Betriebe sein mag."



Mit einem kleinen Kräuterernter fährt Jakob Aufreiter sein Biopetersilienfeld ab. Der Junglandwirt ist Obmann im Verein "bauern.laden.ein".



Den Mählader mit Trommelmähwerk und Rechenketteneinzug hat Hans Aufreiter selbst konstruiert. Hier wird Frauenmantel geerntet.



bauern.laden.ein - Lebensmittel aus und für Alberndorf

"Vor Ort produzieren, vor Ort einkaufen, miteinander die Region stärken." Mit diesem Slogan wirbt der Verein "bauern.laden.ein" für seine innovative Idee, das Angebot der Direktvermarkter aus Alberndorf und der näheren Umgebung an einem Ort zu bündeln. Entstanden ist auf diese Weise allerdings kein klassischer Bauernladen, sondern ein Onlineportal, auf dem sich Hersteller und Konsumenten treffen.

Mitgliedschaft kostenlos

Die meist bäuerlichen Betriebe stellen ihre Produkte auf der Vereinswebsite ein. Wer seine Ware bis Dienstag um Mitternacht bestellt, kann sie noch in derselben Woche im 25 m² großen Laden in einem ehemaligen Kaufhaus in Alberndorf abholen. Einzige Voraussetzung für den Konsumenten: Er muss als Mitglied im bauern.laden.ein-Verein eingetragen sein. Die Mitgliedschaft ist kostenfrei.

Die Hersteller der regionalen Produkte erhalten die Bestelllisten am Mittwoch und liefern ihre Ware am Freitag von 13 bis 16 Uhr an den Laden. Zwei freiwillige Helfer packen sie in Kisten und versehen sie mit den Kundennamen. Kühlpflichtige Lebensmittel bleiben bis zur Abholung im Kühlraum. Ab 16 Uhr kann die Ware vom Kunden abgeholt werden.

Seit Beginn des Foodcoops im Oktober 2017 bieten inzwischen 27 Hersteller rund 340 Produkte an, mehr als ein Drittel davon stammt aus biologischem Anbau. Alle Lieferanten präsentieren auf der Webseite des Vereins nicht nur ihre Produkte, sondern stellen sich auch kurz vor. Die vielfältige Angebotspalette reicht von Ahornspezialitäten, Gewürzen und Kräutern über Fisch- und Fleischprodukte bis hin zu Mehlspeisen, Brot, Obst oder Gemüse.

Den Einstieg für Neukunden erleichtert ein "Handbuch für Konsumenten". Es erklärt Schritt für Schritt, wie sich der Kunde anmelden und seine Bestellungen durchführen muss. Ist die Registrierung erfolgt und der Zugang freigeschaltet, kann der Kunde seinen Account individuell anpassen und vor allem sein Kontoguthaben aufladen.

Auch Gärtner liefern

"Die Belieferung unseres Food-Coops ist nicht nur bäuerlichen Betrieben vorbehalten", erklärt Vereinsobmann Jakob Aufreiter. "Es gibt immer wieder Hobbygärtner, deren Obst- und Gemüsegarten saisonal mehr hergibt, als sie selbst verbrauchen können."

Der bauern.laden.verein schafft damit eine Win-win-Situation für die gesamte Bevölkerung von Alberndorf und Umgebung. Große Vorteile haben auch die Lieferanten: Sie produzieren und liefern nur, was tatsächlich bestellt wurde. Durch das Onlineguthabenkonto des Kunden ist die Ware bereits vor der Auslieferung bezahlt.

Mit dem weitgehenden Verzicht auf Verpackungsmaterial und den kurzen Transportwegen leistet der Verein außerdem einen wichtigen Beitrag zum Ressourcen- und Klimaschutz.

Verein will wachsen

"Ich wünsche mir, dass wir noch weiterwachsen und unsere Produktpalette noch mehr ausbauen können", sagt Aufreiter. Deshalb will er vor allem junge Berufskollegen im Ort motivieren. Sie sollen erkennen, dass die Direktvermarktung und die Mitgliedschaft im Verein ein weiteres Betriebsstandbein sein könnten. Außerdem sei es für die Bauern ein großes Erfolgserlebnis, wenn sie von den Verbrauchern positive Rückmeldungen zu ihren Produkten bekommen. "Meine Vision ist, dass auch andere Gemeinden ein derartiges Projekt auf die Beine stellen." Beratende Unterstützung für die Gründung eines FoodCoops finden interessierte Landwirte beim Biogemüsebauern Mag. Dominik Dax. Er ist beim Verein Bio Austria OÖ für das Marketing und das Projekt "Appetit auf Zukunft" zuständig und beschäftigt sich mit neuen Wegen in der Lebensmittelversorgung, beispielsweise durch FoodCoops. Allein in OÖ gibt es heute rund 25 solcher Initiativen. Kontakt Mag. Dax: www.bio-austria.at/mitarbeiter/ mag-dominik-dax/.

Auflage: **5.900** Reichweite: **38000** Artikelfläche: **219844** mm²

Skalierung: 71%

BLW 5 | 1.2.2019

LÄNDERRUNDSCHAU | 21

Nachdem sich die Familie jahrelang über den ökologischen Landbau Gedanken gemacht hatte, schlossen sie sich 2002 dem Verein "Bio Austria" an, gaben die Milcherzeugung auf und verkauften ihr Vieh. Ein weiterer Meilenstein in der Geschichte des "Grögerer-Hofs" war 2009 die Eröffnung eines Hofladens.

Kräuter, Gewürze und der Kundenkontakt im Blut

.Weil unsere Kinder inzwischen erwachsen waren, konnten wir ein Jahr später mit der Direktvermarktung durchstarten und haben drei Jahre hintereinander den Umsatz jeweils verdoppelt", freut sich Michaela Aufreiter. Über den Namen "Kräuterhexe", wie viele ihrer Kunden die Biobäuerin nennen, kann die 51-Jährige nur schmunzeln. Das Kreieren immer neuer Tee- und Gewürzmischungen und die Ideen für originelle Geschenkpackungen liegen ihr im Blut. "Außerdem mag ich einfach den Kontakt und die Gespräche mit den Kunden.

Wenn es um die Vermarktung ihrer großen Produktpalette geht, fehlt es Michaela Aufreiter nie an neuen Ideen. Besonders stolz ist sie auf das heuer erstmals der Öffentlichkeit zugänglich gemachte Projekt "Kunst und Kräuter". Ihre 45-jährige Schwester Johanna leidet unter dem Downsyndrom und hat viele verschiedene Kräuterbilder gemalt. Nach einer Vernissage in Wien fanden ihre Bildmotive den Weg auf die Schmucketiketten der hofeigenen Produkte und auf Geschenkpapier.

Optik und Name entscheiden über Kauf

Die Direktvermarktung sei eine diffizile Angelegenheit. "Bei den Produkten zählt nicht nur die Qualität, sondern auch die Optik der Verpackung und vor allem der Name." So sei der "Göttertrank" – ein Kräutertee für Frauen – ein wahrer Renner, weil die Mischung nicht nur gut aussieht, sondern auch hervorragend schmeckt. Auch das Zuhören und Herausfinden, was die Kunden wollen, gehört zum Erfolgsrezept der Familie Aufreiter.

Vor sieben Jahren sei beispielsweise der Wunsch nach Weizen- und Gerstengras aufgekommen. Das Gras wird getrocknet, pulverisiert und in Wasser aufgelöst. Der basische "grüne Drink" sei sehr gesund, weil er Chlorophyll, viele Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente enthalte. "Wir waren in Österreich der erste Betrieb, bei dem dieses Produkt in der Direktvermarktung erhältlich war", erinnern sich Aufrei-

ters. Aufgrund eines Berichts in den OÖ Nachrichten war die Nachfrage derart groß, dass die Familie 2014 mit der Produktion von Gersten- und Weizengras durchstartete.

Talente nutzen auch innnerhalb der Familie

Bei den vielfältigen Arbeiten am Betrieb sind die sechs Kinder eine wertvolle und unverzichtbare Stütze. Die 26-jährige Tochter Magdalena engagiert sich als gelernte Grafikerin bei der Erstellung von Flyern oder Etiketten, im Onlineshop und in allem, das mit Marketing zu tun hat. "Als Geschäftsführerin des Vereins BioRegion Mühlviertel beweist sie besonders für das Marketing ein gutes Händchen", sagt Michaela Aufreiter. Während die Biobäuerin das Verpackungsmaterial früher vor allem auf Messen zusammengetragen hat, bezieht sie es heute von verschiedenen Firmen. "Inzwischen sind wir auf umweltfreundliche und lebensmittelneutrale Weißblechdosen umgestiegen."

Seit dem Jahr 2002 hat sich der Betrieb auf zwei Standbeinen etabliert. Während Michaela Aufreiter vor allem für die Direktvermarktung zuständig ist, beschäftigen sich ihr Mann Hans und Sohn Jakob hauptsächlich mit der Produktion von Kräutern für Großkunden. Einer von ihnen ist die Kräuterhandels GmbH Sonnentor in Sprögnitz bei Groß-

göttfritz. "Das Unternehmen hat uns wirklich herzlich aufgenommen", betont Hans Aufreiter. "Der Biokräuteranbau ist immer noch ein wachsender Markt und Produzenten sind im Vergleich zu anderen landwirtschaftlichen Produktionsschienen sehr gesucht."

Veredelte Produkte erhöhen Wertschöpfung

Im Vergleich zu manch anderen landwirtschaftlichen Produktionszweigen scheinen die Erzeugung und Vermarktung von Küchen- und Heilkräutern eine überdurchschnittliche Wirtschaftlichkeit aufzuweisen. Obwohl sie auf dem Betrieb Aufreiter nur einen Anteil von 10 % an der Gesamtproduktion haben, wird mit ihnen rund die Hälfte des Betriebsumsatzes erzielt.

Über die Direktvermarktung selbst veredelter Erzeugnisse lässt sich die Wertschöpfung deutlich erhöhen. Hans Aufreiter möchte seinen Berufskollegen Mut machen, neue Wege zu gehen und auf das unternehmerische Denken zu vertrauen. "Das ist im Agrarbereich mehr und mehr verloren gegangen."

Nicht nur Probleme, sondern Chancen sehen

Für Junior Jakob Aufreiter war der Erfolg seiner Eltern ein Anlass, sich im Verein "bauern.laden.ein" zu engagieren. Oft sei in der Ortsbauernschaft über eine bäuerliche Koperation zur Nahversorgung der Gemeinde gesprochen worden, aber nie sei etwas daraus geworden. "Die Bauern sehen immer nur die Probleme anstatt die Chancen", weiß der land- und forstwirtschaftliche Facharbeiter.

Bevor Nägel mit Köpfen gemacht wurden, wollte der Jungbauer aber erst einmal herausfinden, ob die Bevölkerung eine solche Nahversorgung überhaupt wünscht. Auf der Info-Veranstaltung "Essen von dahoam" mit einem deftigen Bauernbuffet sei dann der Gemeindesaal aus allen Nähten geplatzt. Bald darauf entstand eine Interessengemeinschaft mit fünf Bauern und zehn Konsumenten (siehe Kasten).

Der Startschuss für das Foodcoop fiel im Oktober 2017, wäre damals aber fast an einem fehlenden Obmann gescheitert. Jakob Aufreiter stellte sich schließlich für das Amt zur Verfügung – "aber nicht weil es kein anderer übernehmen wollte, sondern weil ich aus Überzeugung hinter der regionalen Nahversorgung stehe". Inzwischen gehören dem gemeinnützigen Verein 220 Mitglieder an.

Betriebsspiegel Aufreiter

Familie: Hans (60), Michaela (51), Dominik (30), Julia (29), Theresa (28), Magdalena (26), Jakob (24, Hofnachfolger), Katherina (23).

Fremdarbeitskräfte: Eine Vollzeit- und eine geringfügig beschäftigte Arbeitskraft, über den Maschinenring je nach Bedarf zehn Frauen aus der näheren Umgebung zum Unkrautjäten und für Hackarbeiten, fallweise auch Praktikantlnnen.

Flächen: 35 ha Ackerfläche, 6 ha Grünland, 7 ha Wald. Anbau von Zitronenmelisse, Apfel- und Pfefferminze, Spitzwegerich, Ringelblumen, Malve, Schafgarbe, Johanniskraut, Weizen- und Gerstengras, Fenchel, Kümmel, Dinkel, Winterweizen, Ackerbohnen, Leindotter und rund 50 weiteren Kräutern. Streuobstwiese mit 85 Obstbäumen.

Vieh: 10 Freilandschweine unterschiedlicher Rassen.

Vermarktung: Direktvermarktung im Hofladen, über den Onlineshop auf der Webseite des Betriebs, an Wiederverkäufer, an den Kräuter- und Apothekengroßhandel. Verkauf des Freilandschweinefleisches nur als Hälften oder im Ganzen an Privatkunden. Hofeigene Produktion von Obstsaft, Schnaps und Most.

Besonderheiten: Biokräuter aus einer Hand – von Anbau, Pflege über Ernte, Trocknung und Aufbereitung bis hin zur Vermarktung, Saatgutvermehrung.



Hans Aufreiter mit einer Handvoll getrockneter Malven. "Die haben heuer eine hervorragende Qualität", freut sich der Biobauer.



Michaela Aufreiter kreiert neue Tee- und Gewürzmischungen für die Direktvermarktung. Die kreativen Produkte kommen bei den Kunden gut an.