

Regionaler Spargel in Österreich – Was braucht es für eine erfolgreiche Vermarktung?



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

8. Produkttag Spargel, Weichering
Donnerstag, 29. Jänner 2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager
Institut für Marketing & Innovation
Universität für Bodenkultur Wien
Feistmantelstraße 4
1180 Wien

Inhalt



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

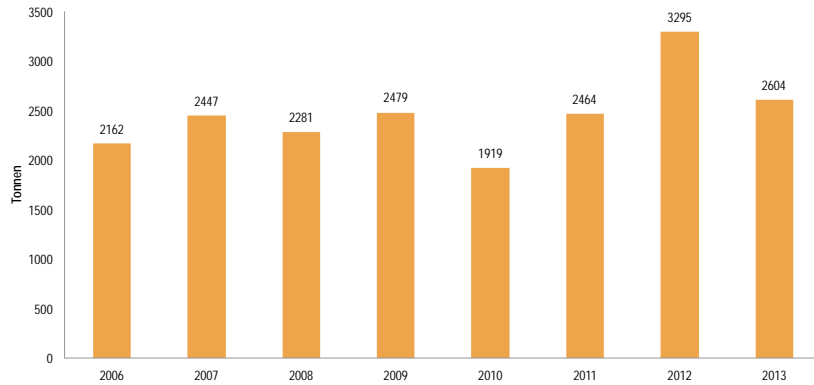
- Spargel im Ländervergleich: Österreich – Schweiz – Deutschland
- Spargelbetriebe der Genuss Region Österreich
- Zielgruppen und die 4 Säulen zum Erfolg

Spargelproduktion Österreich



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Spargel Inlandsproduktion 2006-2013



Quelle: VEREIN GENUSS REGION MARCHFELDSPARGEL G.G.A., 2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

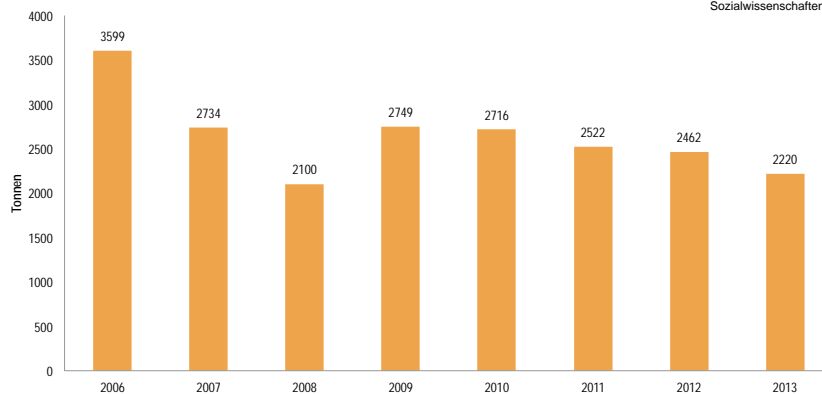
3

Spargelimporte Österreich



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Spargelimporte Österreich 2006-2013



Quelle: VEREIN GENUSS REGION MARCHFELDSPARGEL G.G.A., 2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

4

Spargel Verbrauch pro Kopf/Jahr



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Pro Kopf-Verbrauch Österreich
 - 2008: ~0,7 kg/Person und 2010: ~0,6 kg/Person
- Pro Kopf-Verbrauch Deutschland
 - 2008 und 2010: ~1,4 kg/Person
- Pro Kopf-Verbrauch Schweiz
 - 1,4 kg/Person



Quelle: G+J LIVING & FOOD GMBH, 2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

5

AMA Marketing



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Spargel-Leporello



29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

6

Marchfeldspargel g.g.A.



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Sorten, die für die Region besonders gut geeignet sind
- ~50 % der gesamten Spargelernte Österreichs
- Anbaufläche 2014: ~345 ha (Tendenz steigend)
- Erntemenge: 3.000-4.000 kg/ha



29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

7

Marchfeldspargel g.g.A. Vermarktung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- 1/3 Ab Hof; 1/3 Gastronomie, 1/3 Handel
- Presseinformation ARGE Marchfeldspargel
- Sulzmann & Sulzmann Spargel
 - www.spargel.co.at bzw. www.sulzmann.at
 - Ab Hof Verkauf und Bestellung



Quelle: BMLFUW, 2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

8

Marchfeldspargel g.g.A. Biospargel Familie Brandenstein



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Vermarktung: Ab Hof, Verkaufsstände in Wien und Gänserndorf
- Internetauftritt: www.biospargel.at
- Weiteres Biogemüse: Erdbeeren, Kartoffeln, Karotten, Speisekürbis



Genuss Region Österreich Marchfeldspargel g.g.A.



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften



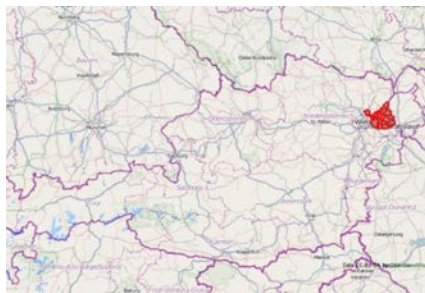
Quelle: PETR BLAHA, 2014

Genuss Region Österreich Marchfeldspargel g.g.A.



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Internetauftritt: www.marchfeldspargel.at
- Liste mit Produzenten auf Genuss Region Österreich Homepage



Quelle: VEREIN GENUSS REGION
ÖSTERREICH, 2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

11

Genuss Region Österreich Leondinger Grünsparigel



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Bewährte Sorten: Grolim, Eros, Gijnlim
- Internetauftritt: www.leondinger-gruensparigel.at



Quelle: NUBBÖCKGUT, 2014



Quelle: GENUSS REGION ÖSTERREICH,
2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

12

Oberösterreichische Spargelproduzenten auf www.genussland.at



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Gemüsehof Wild-Obermayr
Gabriele Wild-Obermayr und Klaus Wild
Güßtal 29
4481 Niedermühlbach, Bezirk Linz-Land

[NAHER INFORMATION](#)

Nußböckgut - Familie Velechovsky
Karl Ferdinand Velechovsky
Gaumburg 6
4080 Leonding, Bezirk Linz-Land

[NAHER INFORMATION](#)

Spargelhof Mayer
Regina Mayer
Inn 7
4070 Eberding, Bezirk Eferding

[NAHER INFORMATION](#)

Spargelhof Stöttinger
Josef und Gertrude Stöttinger
Grünburgstraße 23
4080 Leonding, Bezirk Linz-Land

[NAHER INFORMATION](#)

Produktgruppe Fleisch

Gänse und Enten Huhn, Putze, Truthahn

Kitz Lamm

Rind und Kalb Schwein

Strauß Wild

Produktgruppe Fleischwaren

Knocle Leberkäse

Schinken sonstige Fleischwaren

sonstige Fleischwaren Speck

Sülz Wurst und Wurstwaren

Produktgruppe Fisch

Forellen Spezialitäten vom Fisch

Süßwasserfische

Produktgruppe Milch und Milchprodukte

Butter Milch

Milchprodukte

Produktgruppe Eier und Teigwaren

Eier Teigwaren

Produktgruppe Gemüse und Obst

Eingekochtes Gemüse Eingekochtes Obst

Erdäpfel Gemüse

Obst Spargel

Produktgruppe Brot und Gebäck, Mehlprodukten, Getreide

Brot und Gebäck Getreide

Meise Lebkuchen

**GENUSS
REGION
ÖSTERREICH**

Oberösterreich

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

13

Genussland Oberösterreich Spargelhof Stöttinger



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

- Ab Hof Verkauf, Lieferung und Schaubetrieb
- Goldene G-Nuss 2009: Leondinger Spargelkisterl
- Spargel Hoffest alle 2 Jahre



Quelle: SPARGELHOF STÖTTINGER JOSEF,

2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

14

Spargelfest Leonding



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Spargelbauern	SPARGEL & WEIN	Weinbauern / Händler
Obst-Gut St. Isidor Schmid Anton St. Isidor 10 0732/67 82 15	<p>So 2. Juni 2013 11 - 16 Uhr Rathaus Atrium 4060 Leonding</p> <p>Leondinger Spargelbauern kochen für die Besucher raffinierte Spargelgerichte und oberösterreichische Winzer bieten ihre Weine zum Verkosten an.</p> <p>Musik: Karl Heinz Seilberger von C.C. Rider</p>	3mäderhaus Schrammel Am Anger 17 7122 Gollis 0699/110 98 125
Stöttinger Josef Grünburgstraße 23 4060 Leonding 0732/67 33 88		Johann Kraus Weinbau Kirchschlag GmbH „Haselgrabenwein“ Hochbuechel 4, 4040 Linz 0732/25 10 71
Nußböckgut Ing. Karl Valchovsky Gaumberg 6 4060 Leonding 0732/67 85 66		Nußböckgut Ing. Karl Valchovsky Gaumberg 6 4060 Leonding 0732/67 85 66

Quelle: WWW.LEONDING.AT, 2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

15

Genusland Oberösterreich Gemüsehof Wild-Obermayer



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Saisonalität, Bio-Zertifizierung
- Vermarktung: Ab Hof, Catering und Buffets, Biofachhandel
- Schaubetrieb
- Internetauftritt: www.gemuehof.at
- Goldenes Verdienstzeichen des Landes OÖ für die herausragende Pionierin im Gemüsebau



29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

Quelle: WWW.GEMÜSEHOF.AT,
2014

16

Spargel im Lebensmitteleinzelhandel



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Spar Premium Neusiedlersee Spargelspitzen Natur
- Bio-Spargel im Lebensmitteleinzelhandel
 - Spar Natur*Pur
 - Ja! Natürlich
 - Zurück zum Ursprung



Quelle: JA! NATÜRLICH GES.M.B.H., 2013



SPARGELSPARKE
SPAR PREMIUM Neusiedlersee
Spargelspitzen natur

Eine Premium-Delikatess für Feinschmecker - das sind die von Hand eingepflanzten Spargelspitzen von SPAR PREMIUM. Sie verfügen über einen herrlich knackigen Biss und über ein fein-diamantes Spargelaroma. In Puderzucker, unweit vom Neusiedlersee, findet der Spargel die idealen klimatischen Bedingungen vor. Sepp Ruttmer, ein Krieger in der heimischen Landwirtschaft, verwendet nur die geernteten und feinsten Stücke des Spargels, weshalb er weder feiner noch höher ist.

195 €

449

Quelle: SPAR AG, 2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

17

Vermarktungswege



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Endkonsument
- Lebensmitteleinzelhandel
- B2B (Gastronomie, Altersheime, Firmenküchen)



Quelle: VITAL.DE, 2015

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

18

Spargel & Wein

- Kooperation Österreich Wein Marketing und Gault Millau
- Kreative Spargelrezepte und passende Weine



SPARGEL & WEIN



Gault & Millau

ÖSTERREICH WEIN 

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

Zielgruppe



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Der Köder muss dem Fisch schmecken
und nicht dem Angler

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

20

Zielgruppen



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Familien
- Singles
- Pensionisten
- Umweltbewusste
- Reiche
- Arme
- Städter
- Gesundheitsbewusste
- Kinder
- Schüler
- Hausfrauen
- Modebewusste
- Sportler
- Hotellerie
- Großhandel
- Studenten,...

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

21

Genussland Oberösterreich Nußböckgut



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Grand Vert Grünspargel
- Vermarktung: Ab Hof und Lieferung
- Internetauftritt: www.gruenspargel.at
- Jährliches Spargelfest



GrandVert
LEONDINGER
GRÜNSPARGEL

Quelle: NUBBÖCKGUT, 2014



29.01.2015

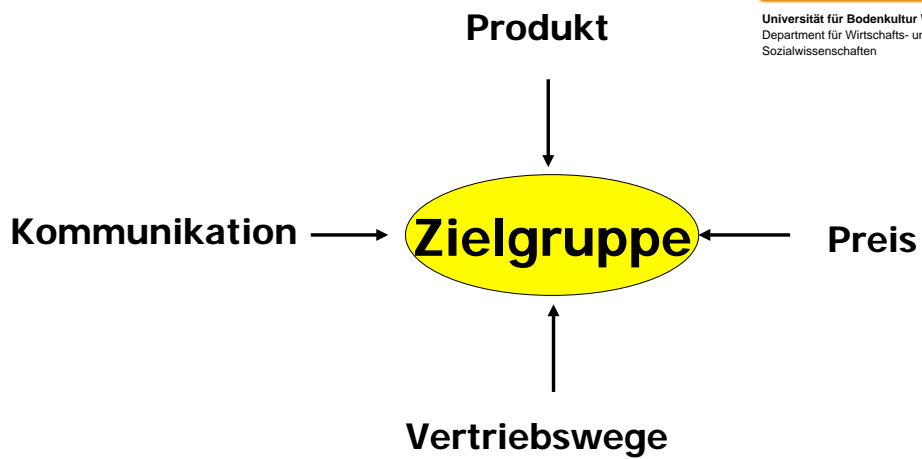
Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

22

4 Säulen zum Erfolg



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften



29.01.2015

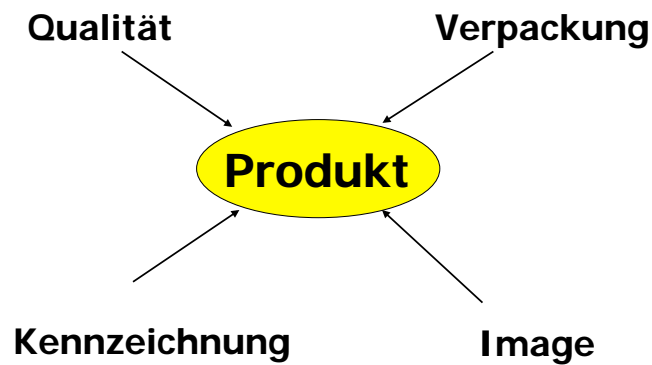
Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchltrager

23

Säule 1: Produktgestaltung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften



29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchltrager

24

Produkt - Positionierung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Einheitliches Auftreten einer Marke
- Klare Abgrenzung
- Gute Qualitätskontrolle
 - Einheitlichkeit



Quelle: JA! NATÜRLICH GES.M.B.H., 2013

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchltrager

25

Produkt – Verpackung (Handel – Gastronomie)



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Optimale Nutzung des Regalplatzes
- selbstbedienungsgerecht
- optimales und leichtes Handling
- Eignung für Verkaufsförderung
- scanningfähig
- raumsparend



Quelle: OGZ, 2015

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchltrager

26

Produkt - Verpackung (Verbraucher)



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Ansprechendes Design
- Verbrauchswirtschaftlichkeit
- leicht zu öffnen und zu verschließen
- Möglichkeit der Zweitverwendung
- ökologische Qualität
- verbrauchergerechte Größe



Quelle: IMKEN TOURISTIK, 2015

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

27

Produkt - Kennzeichnung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Das Auge aus der Ferne anziehen
- Aus der Nähe informieren
- Einprägsam sein
- Vertrauen schaffen



29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

28

Produkt - Image



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Aufmachung - Argumente

- Ermöglicht einen höheren Preis zu erzielen
- Hebt meine Produkte von anderen Produkten ab → unverwechselbar!
- Löst bei den Konsumenten einen Kaufreiz aus

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

29

Genussland Oberösterreich Eferdinger Spargel

- Spargelhof Mayer
- Vermarktung: Hofladen und Linzer Südbahnhofmarkt
- Breite Produktpalette
 - Spargelschokolade
 - Spargelnudeln
 - Spargelgewürz
 - Spargel-Pesto
 - Saisonales Frischgemüse



EFERDINGER
SPARGEL
SPARGELHOF MAYER



Quellen: SPARGELHOF FAMILIE MAYER, 2014 und STRELOW,

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

30

2015

Produkt - Präsentation



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften



Die beste Ware lässt sich
nicht verkaufen,
wenn der Kunde sie
nicht wahrnimmt

Quelle: BRAUSEZIMT, 2013

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchltrager

31

Säule 2: Preisgestaltung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Für den Dienstleister / Produzenten ist es wichtig:
→ Was bekommt er für seine Leistung
- Für den Konsumenten ist es wichtig:
→ Angemessenes Preis-Leistungsverhältnis
für das gekaufte Produkt



Quelle: BILD GMBH & Co. KG, 2014

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchltrager

32

Preisniveaus



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Niedrigpreispolitik
 - Austauschbarkeit sehr hoch
 - Kosten selten gedeckt
- Hochpreispolitik
 - Schwer umsetzbar
 - Klare Abgrenzung mit Sortiment
 - Sortimentsvielfalt

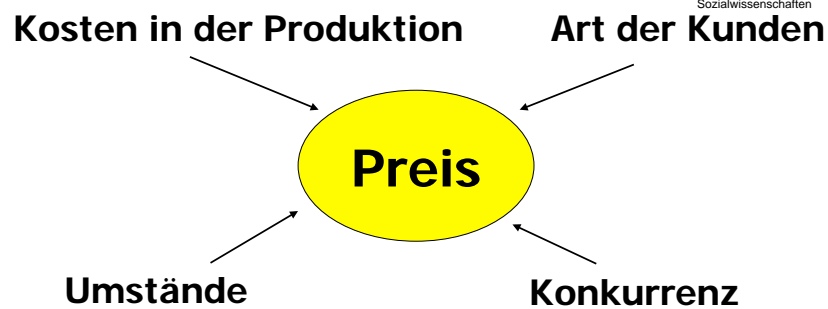


Quelle: PITIUSA MEDIA GROUP, 2014

Preisfestsetzung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften



Welchen Zusatznutzen hat das
Produkt, Dienstleistung, das Sortiment!?

Tipps Preisfestsetzung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Nicht zu billig starten
- Preiserhöhung ist schwierig
- Zu rasch verkauft ist zu billig
- Zu stark genutzt ist zu billig
- Nicht den Preis diskutieren
- Je kleiner die Packung / kürzer die Dienstleistung um so teuer der Inhalt
- Einführungspreis möglich aber gut sichtbar

Säule 3: Vertriebswege



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Die Produkt- Dienstleistungsqualität und Menge passt
Der richtige Preis wurde festgesetzt

Das Produkt muss nun zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort sein!!

z.B. Vertriebswege Direktvermarktung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Produzent

Konsument



Hofladen
Bauernladen
Verkaufsstand an der Straße
Shop in Shop
Fahrbarer Verkaufsladen
Gastronomie
Handel

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

37

Säule 4: Kommunikation



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Öffentlichkeitsarbeit

Werbung

Kommunikation

**Direkt
Marketing**

**Verkaufs-
förderung**

29.01.2015

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

38

Spargel in Enns Spargelhof Hofmann



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

- Vermarktung: Ab Hof
- Internet- und Facebookauftritt
- Hoffeste, Hofwandertag

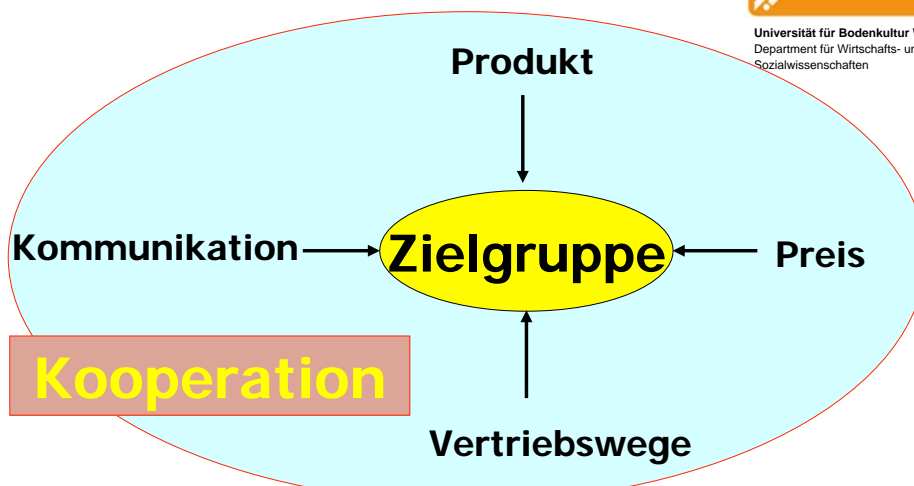


Quelle: ENNSER SPARGELHOF HOFMANN, 2014

4 Säulen zum Erfolg



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften





Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Regionaler Spargel in Österreich – Was braucht es für eine erfolgreiche Vermarktung?

Universität für Bodenkultur Wien

Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Institut für Marketing & Innovation

Ao.Univ.Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

Feistmantelstraße 4
A-1180 Wien
Tel.: +43 1 47654-3566
siegfried.poechtrager@boku.ac.at
www.boku.ac.at