

„Das Mühlviertel ist als Marke

Bioregion Mühlviertel bündelt die Kräfte regionaler Produzenten



Ich bin
Oberösterreich

VON
CHRISTIAN HAUBNER

Ein Teil des Vereins Bioregion Mühlviertel, der landwirtschaftliche Bio-Direktvermarkter, Gastronomie, Bauernläden, Schulen, Handwerksbetriebe und gewerbliche Lebensmittelverarbeiter umfasst.

Dass hochwertige und zugleich nachhaltig erzeugte Lebensmittel im Trend liegen, ist längst kein Geheimnis mehr. Dasselbe gilt für Regionalität: Viele Menschen wollen wissen, woher ihre Produkte kommen. Wenn dann auch noch nach ur-

sprünglichen Methoden produziert wird, steigert das den Wert der Produkte erneut. All diese Erkenntnisse macht sich die Bioregion Mühlviertel zunutze. Die Initiative bündelt rund 450 Mitglieder. Gut 120 davon sind Partnerbetriebe, zu denen landwirtschaftliche Produzenten ebenso gehören wie Verarbeiter und Händler. Weitere Mitglieder sind Konsumenten, die sich besonders mit den Mühlviertler Produkten identifizieren. Für einen Beitrag von 150 Euro bekommen sie dreimal jährlich eine „Hallo Mühlviertel Box“ im Wert

von jeweils 50 Euro, in denen sich ausgewählte Schmankerl befinden.

„Mühlviertel ist sehr gut abgrenzbar“

„Das Mühlviertel ist als Marke unaustauschbar“, berichtet Obmann Klaus Bauernfeind aus Gramastetten im VOLKSBLATT-Gespräch stolz: „Andere Regionen müssen beschreiben, wo sie sind. Das Mühlviertel ist aber emotional und geografisch sehr gut abgrenzbar: unten durch die Donau, oben durch die Staatsgrenze.“ Die Marke stehe für Qualität und sei bereits durchaus etabliert: „Nach Oberösterreich ist bereits Wien unser zweitgrößter Absatzmarkt.“ Der Verein versteht sich in erster Linie als Netzwerk- und Marketingplattform. Das erleichtere es den Produzenten und Verarbeitern aus dem bäuerlichen und ge-

werblichen Bereich, sich voll auf ihre eigentlichen Tätigkeiten zu konzentrieren. Alle Produzenten und Verarbeiter verpflichten sich mittels Bio-Kontrollvertrag zu besonders nachhaltigem Arbeiten.

„Wir versuchen damit auch, die Grenze zwischen Landwirtschaft und Wirtschaft zu überwinden“, sagt Bauernfeind. Denn viele landwirtschaftliche Betriebe seien auch in gewerblichen Bereichen wie Verarbeitung und Handel aktiv. „Diese Dichte der Wertschöpfung ist für das Überleben auch notwendig“, sagt der Obmann, der auf seinem Koglerhof auch mehrere Aspekte vereint.

Angebot deckt große Breite an Köstlichkeiten ab

Das Angebot der Bioregion Mühlviertel deckt dabei eine breite Palette ab: Regionale Biere finden sich ebenso darin wie etwa Kräuter, Fleisch,

absolut unaustauschbar“

und Verarbeiter – „Großer Beitrag zur Standortsicherung“



Die „Hallo Mühlviertel Box“ gibt Mitgliedern dreimal jährlich eindrucksvolle Einblicke in die breite Produktpalette des Mühlviertels. Produziert und verarbeitet wird nach biologisch wertvollen Kriterien.

Fotos: Bioregion Mühlviertel/Tom Mesic



Serie über regionale Stärken

Unter dem Titel „Ich bin Oberösterreich“ stellt das OÖ VOLKSBLATT in einer Serie regionale Stärken im Land ob der Enns vor. Der Fokus liegt dabei unter anderem auf heimischen Lebensmitteln und deren Vermarktung. „Oberösterreich hat in diesem Bereich besonders viel zu bieten“, freut sich der zuständige Agrarlandesrat Max Hieglsberger.



„An dieser regionalen Wirtschaftskraft hängt ja auch eine große soziale Kraft.“

Klaus Bauernfeind
Obmann Bioregion Mühlviertel

Obst und Gemüse, Most, Säfte, Honigprodukte, Essig und vieles mehr. Die gut 120 Mitgliedsbetriebe stehen für rund 700 Arbeitsplätze, berichtet Bauernfeind stolz. Das sichere nicht nur die Höfe und Betriebe selbst

ab. „An dieser regionalen Wirtschaftskraft hängt ja auch eine soziale Kraft.“

Mitgliedsbetriebe stehen für 700 Arbeitsplätze

Damit spricht der Obmann lebendige und aktive ländliche Räume an: „Wenn um zehn Uhr Vormittag die Sirenen der Feuerwehr losgehen, sind dann Leute tatsächlich vor Ort, die ausrücken können.“ Generell gehe der Wert der Bioregion Mühlviertel weit über den landwirtschaftlichen Bereich hinaus: „Wenn ich in die Steiermark fahre, mache ich das ja auch nicht nur wegen des Kernöls. Ich bin vielmehr als ganzer Mensch dort und konsumiere viele verschiedene Angebote.“ Mit einem weiteren Beispiel bringt Bauernfeind seine Überzeugung auf den Punkt: „Ein Baugrund in der ‚Bioregion Mühlviertel‘ ist mehr wert als ein Baugrund im Mühlviertel.“ Voraussetzung ist, dass man regionale Produkte mit Stolz vertritt.



Konsumenten schätzen die hochwertigen Produkte. Zweitgrößter Absatzmarkt nach Oberösterreich ist Wien.