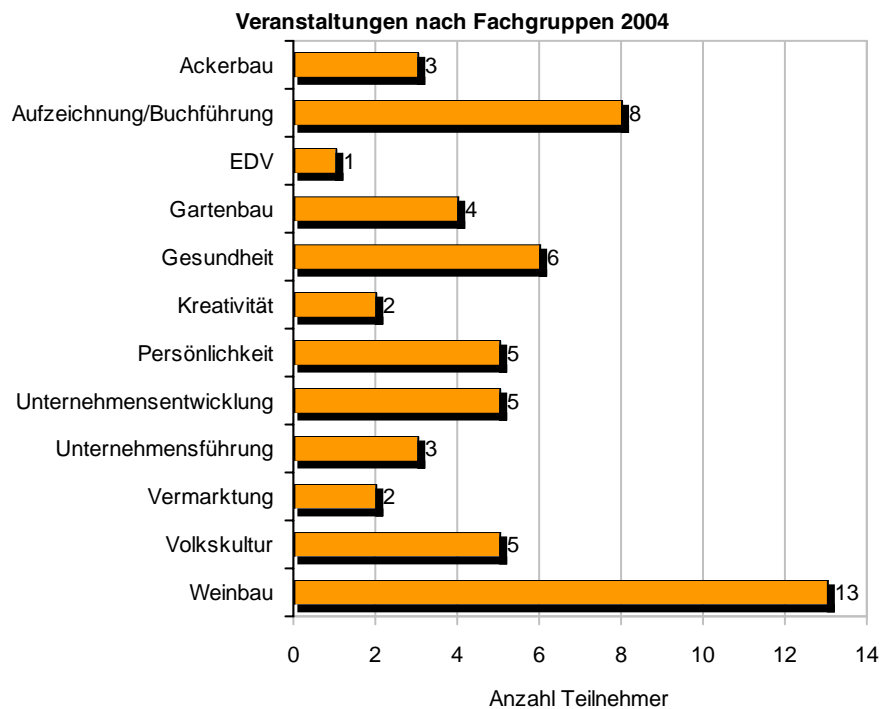




Bildung

Die bäuerlichen Menschen in den Gärtnereien, Weinbau- und Ackerbaubetrieben erwarten sich eine Steigerung von Lebensqualität und Betriebserfolg. Es geht 2004 um die Weiterentwicklung des Bildungsmanagements für Frauen in der Wiener Landwirtschaft. Durch den verstärkten Einsatz neuer Medien sollen Wissensvermittlung und Einsatz von EDV am Betrieb und in der Direktvermarktung gefördert werden. Mit dem Vergleich der Rahmen- und Produktionsbedingungen in anderen EU Ländern sollen eigene Entscheidungen unterstützt werden. Die Möglichkeiten von Erwerbskombinationen sollen Betriebsführern und Familienmitgliedern zugänglich gemacht werden. Die Bildungskompetenz der Landwirtschaftskammer Wien im Bildungsinstitut LFI soll gesteigert werden. Verstärkte Tätigkeiten in Arbeitskreisen sollen zur Steigerung der Fachkompetenz beitragen. Die Antragsteller bei ökologischen Fördermodellen sollen mit dem System vertraut sein. Die Anzahl der Biobetriebe soll weiter erhöht werden.

Gezielte Weiterbildung für mehr Lebensqualität und Betriebserfolg.

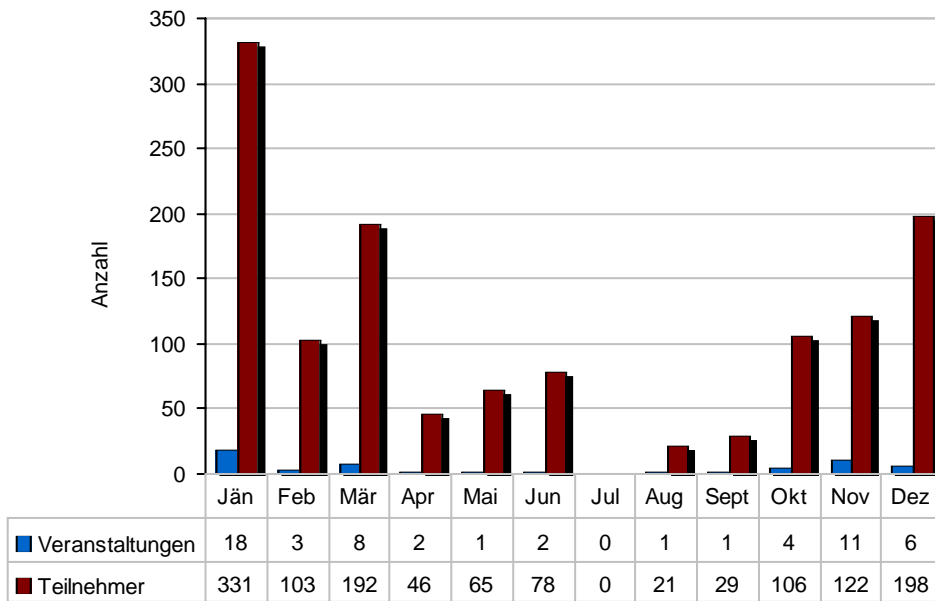


Quelle: W & K

Qualitätssicherung

Um den größten Nutzen für die Kunden (Kammerzugehörigen) und damit eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen, strebte das LFI (Ländliches Fortbildungsinstitut) Wien, die Bildungseinrichtung der Landwirtschaftskammer Wien, eine Qualitätszertifizierung an und ist seit 2001 anerkannter Bildungsträger. Im Dezember 2004 hat das LFI Wien das weitere Audit mit dem ISO Zertifizierungsstandard bestanden.

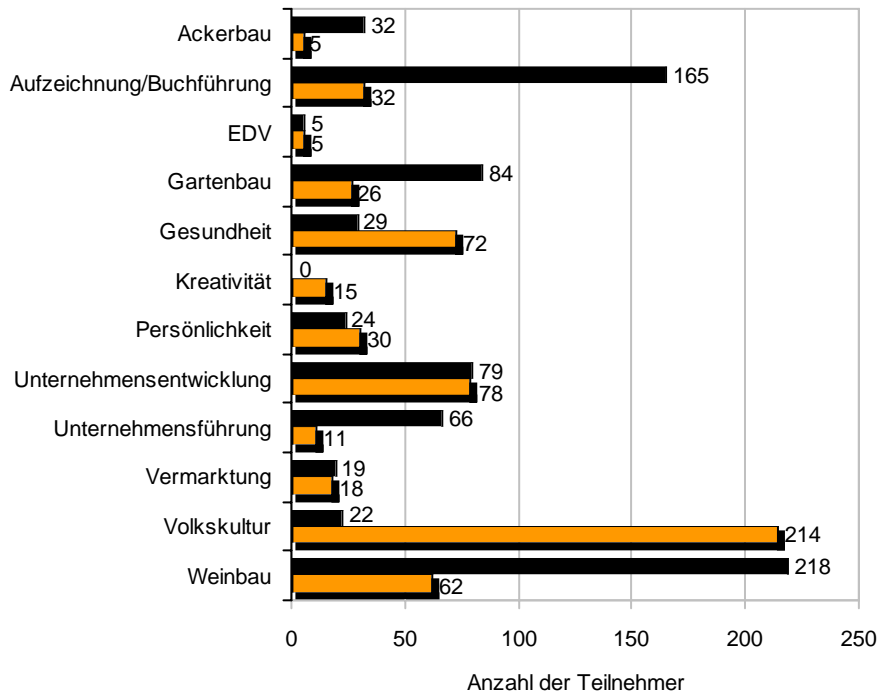
Veranstaltungen und Teilnehmer nach Monaten 2004



Quelle: W & K

Naturgemäß sind die Wintermonate die am meist gefragtesten Bildungszeiten.

Geschlechtsspezifische Verteilung auf Fachgruppen



Quelle: W & K

■ TN weiblich ■ TN männlich

„Typisch männliche“ und „typisch weibliche“ Themengruppen sind deutlich erkennbar.



Projekte aus Bildung und Beratung

Umsetzung von INVEKOS GIS

Für einen Großteil der Wiener INVEKOS-Betriebe waren die Hofkarten, das heißt ein entzerrtes Luftbild, verschnitten mit den Katasterlinien, bereits im Herbst 2004 verfügbar. Die Hofkarten wurden über die Landwirtschaftskammer Wien in insgesamt vier Veranstaltungen an die Betriebsführer übergeben. Im Dezember 2004 wurden die ersten zwei Veranstaltungen für die Ackerbauern mit insgesamt 100 Teilnehmern durchgeführt. Im Anschluss daran stellte die Landwirtschaftskammer Wien ein Angebot zur Digitalisierung dieser Flächen, welches von der Hälfte der Antragsteller in Anspruch genommen wurde. Dabei wurde erstmals, ab Überschreiten einer kostenlosen Digitalisierungszeit, ein Kostenersatz verrechnet. Die Hofkarten für Weinbaubetriebe und Gartenbaubetriebe wurden Anfang 2005 auch im Rahmen von Vorort Veranstaltungen zur Verteilung gebracht.

Insgesamt konnte durch den Einsatz von INVEKOS-GIS die Antragsqualität weiter gesteigert werden und die Antragsicherheit bei Vor-Ort Kontrollen der AMA erhöht werden. In Zukunft können die GIS-Daten, sofern die Nutzungsrechte vorliegen, auch für Beratungszwecke eingesetzt werden. Die restlichen Betriebe ohne Hofkarten sollen im Sommer 2005 zur Verteilung gelangen, falls Luftbilder dafür bereits vorhanden sind.



Studienreise Verona

Die Studienreise nach Verona fand von 5.-7. März 2004 mit 30 interessierten Ackerbauern statt. Als Hauptprogramm fand der Besuch der internationalen Agrarfachmesse "Fieragricola" mit den Schwerpunkten "Agrimechanica", Agriservice und Agrizoo statt. Zum Kennenlernen des landwirtschaftlichen Produktionsgebietes wurden weiters ein Ackerbaubetrieb und ein Weinbaubetrieb im Soavegebiet besichtigt.

Arbeitskreis Ackerbau

Der Wiener Arbeitskreis Ackerbau besteht aus zwölf Mitgliedern, die sich 2004 fünf mal zu gemeinsamen Sitzungen und Veranstaltungen getroffen haben. Der Arbeitskreis arbeitet schon im dritten Jahr und konnte für das Wirtschaftsjahr 2004 wieder interessante Ergebnisse erzielen. Die Aufzeichnung erfolgt mit dem LBG-Bodenwächter und die Daten werden am Jahresanfang an die Bundesschnittstelle abgeliefert, um dort anonymisiert für eine österreichweite Auswertung Verwendung zu finden.

Im Frühjahr 2004 wurde zur Bewertung der zweiten N-Düngergabe die N-Bedarfsmessung erstmals mit dem HYDRO-N Tester ausprobiert. Dabei wurden auch grundsätzliche Kenntnisse zum Bestandsaufbau bei Getreide vermittelt. Im Juni erfolgte eine Exkursion zu einem ackerbaulichen privaten Versuchsbetrieb in Diendorf bei St. Pölten. Im Herbst 2004 erfolgte noch eine interessante Betriebsbesichtigung des Landwirtschaftsbetriebes Stiftes Schotten in Breitenlee und Siedichfür. Dabei wurden neben dem Ackerbaubetrieb auch die Obstaufbereitung, der Schweinemastbetrieb und die landwirtschaftliche Biogasanlage besichtigt. Als Fixpunkt im Jahresprogramm ist Anfang des Jahres die Auswertungssitzung mit einem Fachprogramm zur Abrundung anzusehen. Im Jänner 2004 wurde Dipl.-Ing. Aschenbrenner vom ÖKL eingeladen, um über das Senkungspotential bei den Maschinenkosten zu referieren.

Qualitäts- und Kommunikationsmaßnahmen 2004 Weinregion Wien

2004 wurden bereits etablierte Aktivitäten in den Bereichen Weinregion Wien, Wein aus Wien und der Wiener Heurige fortgesetzt, weiterentwickelt bzw. neu konzipiert. Um geplante Kommunikationsmaßnahmen für das Jahr 2004 effizient gestalten zu können, wurde eine strukturelle Gliederung der Weinregion Wien erarbeitet. Anhand des folgenden Organigramms werden die einzelnen Marken, Initiativen und Partnerschaften ersichtlich.



Konzepterstellung für Kommunikationsmaßnahmen für 2004

Die Agentur Deutsch.com entwickelte auf Basis der definierten Themenbereiche (Weinregion Wien, Der Wiener Heurige und Wiener Wein) ein Kommunikationskonzept, das sich aus einzelnen Projektteilen mit ihren einzelnen Kommunikationsmaßnahmen zusammensetzte. Folgende Aufgaben und Kriterien wurden durch die durchgeführten Maßnahmen 2004 erfüllt:

- Weiterführende Kommunikationsmaßnahmen zur Positionierung und zum Imageaufbau bzw. zur Imagefestigung für die Weinregion Wien, des Wiener Weins und des Wiener Heurigen
- Weitere Qualitätsoptimierungsmaßnahmen für Wiener Wein und den Wiener Heurigen
- Kundenfrequenzsteigernde Maßnahmen für die Wiener Heurigeninitiative
- Imageprofilierende Maßnahmen für die Wiener Heurigeninitiative
- Absatzsteigernde Maßnahmen für den Wiener Wein

Kooperationen der Weinregion Wien

Um die Medienwirksamkeit der Weinregion Wien zu stärken wurden Kooperationen eingegangen. Auch 2004 stand die Stadt Wien der Weinregion Wien als starker Partner zur Seite und unterstützte von öffentlicher Seite her die Ideen und Visionen der Weinregion Wien. Die Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG und die Landwirtschaftskammer Wien schlossen 2004 bereits zum zweiten Mal eine Kooperationsvereinbarung mit dem Ziel, in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Werbung zum Thema Weinregion Wien zum Vorteil beider Partner zusammenzuarbeiten. Zwischen der Firma Römerquelle und dem Wiener Tourismusverband wurde erstmals eine Zusammenarbeit vereinbart.

Kampagne Wien & Wein

Internationale Werbekampagne des Wien-Tourismus für "Wien & Wein - Wine in the City".

Wien als Weinstadt erstmals Mittelpunkt einer Werbekampagne.

Der Öffentlichkeit wurde diese Maßnahme im Rahmen des Wiener Weingartenpicknicks im Herbst des Jahres präsentiert. In Zusammenarbeit mit der Landwirtschaftskammer Wien stellte der Wien-Tourismus erstmals Wien als Weinstadt in den Mittelpunkt einer internationalen Werbekampagne. Die Sonderaktion "Wien & Wein - Wine in the City", für die Ök.-Rat Bürgermeister Dr. Michael Häupl die Schirmherrschaft übernommen hat, informierte in mehr als 12 Millionen Zeitungsexemplaren von acht Ländern, dass in Wien Weine von höchstem Qualitätsniveau gekeltert werden, deren Verkostung vor Ort von Mitte Oktober bis Ende November 2004 möglich war.

Der Wiener Heurige hat in der Werbung des Wien-Tourismus seit jeher einen Fixplatz, doch die 2004 kreierte Kampagne griff weiter aus und wies darauf hin, dass die Weine von Wiener Winzern in den letzten Jahren international höchste Anerkennung und viele Prämierungen erhalten haben, und promotet die städtische Gastronomie ebenso wie die Buschenschanken, denn es waren 44 Wiener Wirte und 40 Heurigenbetriebe eingebunden.

In der Stadt selbst legte der Wien-Tourismus im Aktionszeitraum eine 32-seitige Aktionsbroschüre in nahezu allen Wiener Hotels und seiner Tourist-Info auf dem Albertinaplatz auf. In ihr wurde nicht nur "Wiener Weinkunde" - vom Heurigen bis zum "Jungen Wiener" - vermittelt, sie enthielt auch Informationen zu allen 84 Wirten und Heurigenbetrieben, die an der Aktion teilnahmen. Voraussetzung für deren Teilnahme war, dass sie Weine von mindestens drei Wiener Winzern im Angebot hatten, und ein Achterl davon gratis an Gäste ausschenkten, die einen Mindestkonsumation von 10 Euro tätigten.

Der Wien-Tourismus setzte unterschiedlichste Marketinginstrumente ein, um die Aktion ans internationale Publikum heranzutragen, von diversen Publikationen, Pressediensten und dem Internet bis zu Messeauftritten und der Auslandsmedienbetreuung.

Der ORF widmete seine 45-minütige Sendung "Aufgegabelt in Österreich" am 1. November ganz dem Thema Wiener Wein und griff auch die Aktion auf. Radio Wien brachte 40 Aktionshinweise, "Wien heute" strahlte acht Trailer dazu aus, und TW 1 einen 10-minütigen Beitrag. In der Postwurf-Zeitung "wien.at" war ebenso über die Aktion zu lesen. Auch Interspar Österreich wies auf die Kampagne in seinem im September publizierten Journal "weinwelt.at" (Auflage 120.000 Stück) hin. Die beiden Wiener Incoming-Reisebüros Eurotours und Pegasus hatten sogar Packages zu Wien & Wein aufgelegt, die dem Publikum einen Wien-Besuch mit weinzentrierten Stadterlebnissen und der Teilnahme am Gewinnspiel schmackhaft machten.

Über Wiener Wein-Genüsse wurden von September bis Ende Oktober auch die Passagiere aller AUA-Langstreckenflüge mittels Bordvideo informiert, und als "Spätlese" gab es im ORF am 13. November noch ein halbstündiges "Österreich-Bild" zum Thema Wiener Wein.



Logo-Redesign Der Wiener Heurige

Das Logo des Wiener Heurigen wurde 2004 auf Wunsch der Mitglieder des Vereins der Wiener Heurige in insgesamt elf Überarbeitungs- und Abstimmungsphasen redesigned. Ausgehend vom bestehenden Logo wurde an den Farbtönen grün und gelb eine Überarbeitung durchgeführt. Auch an der optischen Wirkung wurde gearbeitet. Das Logo wurde plastischer und dadurch stärker in seinem Erscheinen.

Logoentwicklung Weinregion Wien

Wien ist nicht nur eine Weinstadt sondern auch eine eigenständige Weinregion Österreichs. Im Bereich der Kommunikation, aber auch im Bereich der Weinvermarktung fehlte es bisher an einem optischen Bild bzw. einer Dachmarke für die Weinregion Wien.

Ein erster Schritt zu dieser Dachmarke war die Entwicklung eines Logos für die Weinregion Wien, das in Verbindung mit dem gesamten Corporate Design (siehe Kapitel Corporate Design der Weinregion Wien), also dem einheitlichen Erscheinungsbild, Identität schafft und einen Wiedererkennungseffekt erzielt.



Corporate Design für die Weinregion Wien

Das Corporate Design der Weinregion Wien ist die Visualisierung der Identität, die Glaubwürdigkeit, Unverwechselbarkeit. Es fasst den wiedererkennbaren und merkfähigen visuellen Auftritt zusammen und erstreckt sich über sämtliche visuell wahrnehmbare Bereiche: von der Visitenkarte bis zum Web-Design.

Für den alltäglichen Schriftverkehr und weitere mögliche Drucksorten wurde ein CD-Manual entwickelt, welches die wesentlichsten Merkmale des Corporate Designs der Weinregion Wien festhält und nachvollziehbar macht.

Infobroschüre über die Weinregion Wien

Um Informationen über die Weinregion Wien auch bei diversen Veranstaltungen, Events, Messen etc. ansprechend in gedruckter Form zur Verfügung stellen zu können, hat die Landwirtschaftskammer Wien für die Weinregion Wien eine Info- und Imagebroschüre aufgelegt.

Diese allgemeine Informationsbroschüre über die Weinregion beinhaltet die wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten über die Weinbauregion Wien. Sie stellt die Region mit ihren Funktionen dar und transportiert die wichtigsten Botschaften der Weinbauregion Wien.

Website Weinregion Wien | www.wienerwein.at

Aufgrund des stetig steigenden Interesses für die Wiener Weinregion und der immer größer gewordenen Nachfrage nach allgemein zugänglichen Informationsunterlagen zur Weinregion Wien ist die Landwirtschaftskammer Wien diesem Wunsch nachgekommen und entwickelte 2004 eine eigene Website für die Wiener Weinbauregion. Die Website der Weinregion Wien dient in erster Linie als Informations-, Kompetenz- und Serviceplattform.

Auf der Homepage ist Interessantes und Wissenswertes über die Weinregion Wien, die Wiener Winzer und den Wiener Heurigen zu finden. Aktuelle Infos rund um Veranstaltungen, Initiativen und vieles mehr können ab sofort unter der Adresse www.wienerwein.at rund um die Uhr abgefragt werden.

Frühlingserwachen beim Wiener Heurigen

Unter dem Motto "Fit in den Frühling mit Ihrem Wiener Heurigen" gab es mit Beginn der Heurigensaison 2004 in zahlreichen Betrieben des Vereins Der Wiener Heurige eine Vielzahl von Angeboten für die Heurigenbesucher (z. B. gesunde Speisen, frische Fruchtsäfte etc.). In Kooperation mit den Wiener Gärtnern erhielten die Gäste am Samstag, 20. März 2004, einen kleinen Frühlingsblumengruß als Willkommen in der neuen Heurigensaison und auch als Dankeschön an die Gäste. Diese Frühlingsaktion wurde mittels einer Presseinformation der Medienöffentlichkeit mitgeteilt.

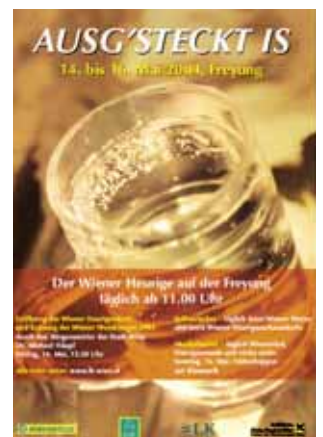
Der Wiener Heurige auf dem Donauinsselfest

Das beliebte und vielbesuchte Donauinsselfest in Wien erhielt 2004 eine kulinarische Erweiterung: den echten Wiener Heurigen. Der qualitätsorientierte Verein Der Wiener Heurige bot an drei Tagen auf der Donauinsel nicht nur eine Leistungsschau seiner Betriebe: Wenn der Heurige auf die Donauinsel kommt, dann ist das auch eine Einladung für alle Wiener, "ihren" Heurigen wieder einmal zu besuchen. Die Heurigenbetriebe aus den Regionen Oberlaa, Mauer, Strebersdorf, Stammersdorf, Jedlersdorf, Dornbach, Heiligenstadt-Nußdorf, Neustift am Walde, Sievering und Grinzing luden auf die Donauinsel zum Genießen ein. Die Wiener Winzer hatten dafür einiges im Reisegepäck. Die jungen Weine vom Jahrgang 2003, die eine ausgezeichnete Qualität brachten und feine Schmankerl von klassisch bis zeitgemäß-leicht.

Der Wiener Heurige kommt in die Stadt - Freyung

Vom 14. bis 16. Mai 2004 kam der Wiener Heurige bereits zum vierten Mal in die Wiener Innenstadt. In einem nachgestellten Heurigendorf wurde an drei Tagen all das geboten, was den Heurigen zu einer unverwechselbaren und von Wien nicht wegzudenkenden Einrichtung macht. 21 qualitätsorientierte Wiener Heurigenbetriebe nahmen an dieser Veranstaltung teil. Das Ziel dieser Veranstaltung war es, wie in den vergangenen Jahren, die Wiener Institution "Heuriger" in die Stadt zu bringen und dadurch der urbanen Bevölkerung diese gemütliche, unverwechselbare und einzigartige Atmosphäre zu demonstrieren.

Ök.-Rat Bürgermeister Dr. Michael Häupl eröffnete am Freitag, 14. Mai, bei Sonnenschein gemeinsam mit dem Budapester Oberbürgermeister Dr. Gábor Demszky, Bundesminister Dipl.-Ing. Josef Pröll, dem Präsidenten der Landwirtschaftskammer Wien, Ök.-Rat. Wilhelm Jezik, Kammerdirektor Ing. Robert Fitzthum und dem Obmann des Vereines Der Wiener Heurige, Dipl.-Ing. Herbert Schilling, das Heurigendorf auf der Freyung. Die Eröffnung war nicht das einzige Highlight des Tages: Ök.-Rat Bürgermeister Dr. Michael Häupl übernahm die ehrenhafte Aufgabe, die Weinkönigin 2004 - Christine I. - offiziell zu krönen. Christine Koller wird als Weinkönigin der Stadt Wien ein Jahr lang den Wiener Wein repräsentieren.



Das Wiener Heurigendorf war auch 2004 ein Erfolg und wurde von der Wiener Bevölkerung sehr gut angenommen und als große Bereicherung angesehen. Die Besucherzahl von rund 15.000 Personen spricht daher für die Beliebtheit des Heurigendorfs im Herzen der Stadt.

Umfrage von Oekonsult über den Wiener Heurigen

Von der Firma OEKONSULT wurde vom 14. bis 16. Mai 2004 beim Wiener Heurigendorf auf der Freyung eine Umfrage betreffend den Wiener Heurigen gemacht. Die Ergebnisse der Umfrage wurden mittels einer Medienaussendung der Öffentlichkeit kommuniziert.

Erntedankfest am Heldenplatz

Am 11. und 12. September 2004 feierten mehr als 200.000 Menschen am Wiener Heldenplatz mit Österreichs Bauern das Erntedankfest.

Neben dem abwechslungsreichen Programm trug auch das optimale Wetter zur guten Stimmung der Besucher bei. Wiener Heurigenbetriebe sorgten für das leibliche Wohl der Gäste am Heldenplatz. Neben den kulinarischen Spezialitäten im Wiener Heurigendorf konnte man bäuerliche Produkte beim Bauernmarkt erstehen. Viele Wiener und zahlreiche Touristen besuchten den Heldenplatz, der von Österreichs Bauern für zwei Tage zur großen Bühne für eine beeindruckende Leistungsschau der österreichischen Landwirtschaft gemacht wurde.



Wiener Weingartenpicknick

Am 6. Oktober 2004 fand das kommunikative und genussreiche Wiener Weingartenpicknick im Weingut Schilling in Strebersdorf statt. Das Picknick wurde von der Landwirtschaftskammer Wien als Markenträger der Weinregion Wien und vom Wien-Tourismus veranstaltet. Das Thema der Medienveranstaltung war: Weinregion Wien - Wien & Wien: Dabei wurde über aktuelle Initiativen der Landwirtschaftskammer Wien und über eine internationale Kampagne des Wien-Tourismus, bei der Wien als WeinStadt im Mittelpunkt steht informiert.

Bei strahlendem Sonnenschein, erlesenen Weinen und feinen Wiener Schmankerln standen Wiens Ök.-Rat Bürgermeister Dr. Michael Häupl, Kammerdirektor Ing. Robert Fitzthum, Dipl.-Ing. Herbert Schilling, Sprecher des Präsidiums der Landwirtschaftskammer Wien sowie Mag. Karl Seitlinger, Wiener Tourismusdirektor, den zahlreichen Medienvertretern gebührend Rede und Antwort.

Folgende Themen wurden behandelt:

- Weinregion in Zahlen
- Weinregion Wien - der neue grafische Auftritt, Drucksorten, Website
- Strukturübersicht der Weinregion Wien
- Junger Wiener - eine Qualitätsmarke im Detail
- Partnerschaften der Weinregion Wien
- Internationale Werbekampagne des Wien-Tourismus für "Wien & Wien - Wine in the City"

Für das Picknick wurde eine umfassende Basispressemappe der Weinbauregion Wien aufgelegt.

Journalisteneinzelgespräche

Um die Beziehung zu relevanten Medienvertretern zu vertiefen, wurden 2004 neben der allgemeinen Basispressearbeit Journalisteneinzelgespräche in ungezwungener Atmosphäre von Kammerdirektor Ing. Robert Fitzthum mit Begleitung eines Agenturvertreters durchgeführt. Die Weinregion Wien, ihre Aufgaben, Ziele, Maßnahmen und Erfolge konnten in entspannter Gesprächsatmosphäre diskutiert und konkretisiert werden. Die Agentur übernahm die Auswahl der Medienvertreter, die Terminkoordination und Vorbereitung der Informationsunterlagen.

Wiener Wein & the city

2004 erschien "Wiener Wein & the City" zweimal. Die erste Ausgabe erschien im Mai 2004, die zweite Ausgabe im November 2004. Folgende Themenschwerpunkte wurden in den beiden Ausgaben behandelt:

- Vorstellen der Marke Weinregion Wien
- Vorstellen der Initiative der Wiener Tourismuswerbung "Wien & Wein"
- Porträt über das Weinbaugebiet Neustift
- Aktuelle Infos über den Wiener Heurigen und Ausg'steckt-Kalendarium
- Wiener Weingartenpicknick
- Kampagne des Wientourismus "Wien & Wein"
- Junger Wiener 2004
- Porträt über das Weinbaugebiet Mauer
- Wiener Landesweinsieger 2004

DER JUNGE WIENER

Mit der Einführung der Wiener Jungweimarke im Jahr 2002 setzten die Wiener WinzerInnen ein starkes Zeichen und demonstrieren ein selbstbewusstes Image und Qualitätsbewusstsein. Diesen erfolgreichen Weg setzen die Wiener WinzerInnen zielstrebig fort. Der Junge Wiener steht daher nicht nur für den Wiener Jungwein des Jahres, sondern signalisiert auch nach aussen hin den Aufbruch in der Wiener Weinszene. Die neue Wiener WinzerInnen-Generation startet mit frischen, fruchtigen Weinen ins neue Weinjahr und zeigt der Öffentlichkeit, dass sie das Weinmachen versteht.

Die Jungweimarke Junger Wiener steht für den ersten Wein des kommenden Jahrgangs, der sich im Gegensatz zu den Klassikern Sturm und Staubiger bereits gegen Ende Oktober als fertiger Wein präsentiert und vor allem eines bietet: jede Menge Trinkvergnügen. Die Trauben werden bereits sehr früh gelesen, sodass die Weine viel Frische und Frucht mitnehmen und mit jugendlichem Charme punkten. Er ist jung, spritzig, erfrischend anders, einfach und gut, der Wein vom neuen Jahrgang aus Wien, eben der Junge Wiener. Und noch eines: Damit aus dem Jungen Wiener kein Alter Wiener wird, gibt es den Jungen Wiener nur bis zum Frühjahr 2005 - solange der Vorrat im Weinkeller reicht.

Eine Vielzahl von WinzerInnen der Weinregion Wien hat sich auch 2005 dem ambitionierten Projekt der Landwirtschaftskammer Wien angeschlossen. Und nicht jeder junge Wein kann ein Junger Wiener sein: Die Jungweine müssen, um sich Junger Wiener nennen zu dürfen, wie auch in den beiden vergangenen Jahren eine strenge Qualitätsprüfung einer unabhängigen Jury bestehen (Kostkommission: Höhere Bundeslehranstalt und Bundesamt für Wein- und Obstbau in Klosterneuburg). Durch die sorgfältige Vorverkostung werden sowohl ein hohes Qualitätsniveau erreicht, als auch sichergestellt, dass der Junge Wiener nicht inflationär auftritt. So kann garantiert werden, dass es sich um einen Qualitätswein handelt, der zu Recht seinen Namen trägt.

Einige Erfolgswahlen

Im Jahr 2002 kelterten 23 Wiener WinzerInnen 28 verschiedene Junge Wiener (18.000 l gesamt). 2003 boten bereits 32 WinzerInnen 43 Junge Wiener an (48.000 l gesamt). Der Junge Wiener war in den vergangenen zwei Jahren neben Wiener Weinbau- und Heurigenbetrieben auch in über 20 Wiener Gastronomiebetrieben und Vinotheken erhältlich. Für die Wiener WinzerInnen öffnete der Junge Wiener einen interessanten Weg in die Wiener Gastronomie und Weinhandel. Dies zeigt auch, dass in der Marke Junger Wiener viel Potenzial steckt.

Junger Wiener in the City

Der Erfolg bestätigt den Wiener WinzerInnen ihren eingeschlagenen Weg. Diesen setzten sie 2004 selbstbewusst fort. Gestartet wurde am 28. Oktober 2004. Ganz nach Art eines jung-frisch-wienerischen Weins, wurde im Zentrum Wiens am Graben unter dem Motto "Junger Wiener in the City" der Junge Wiener präsentiert. Vom 28. bis zum 31. Oktober konnten alle, die Lust und Zeit hatten, sämtliche Jungen Wiener dieses Jahrgangs verkosten. Also vier Tage lang alle Jungen Wiener an einem Ort. Das Achterl kostete 1,80 €.



Landesweinbewertung

Bewertungen und Wettbewerbe haben die Aufgabe die Produkte untereinander und mit allgemein üblichen Richtlinien für Bewertungen zu vergleichen und in einer so gut wie möglich objektiven Bewertung zu reihen. Ein weiteres Ziel ist es durch die Bewertung den Konsumenten und Weinliebhabern eine Hilfestellung für die Produktauswahl bzw. eine Kaufentscheidung zu geben. In diesem Sinne wurde auch im Jahre 2004 die Wiener Landesweinbewertung durchgeführt.

Bei der Wiener Landesweinbewertung am 6. und 7. Mai 2004 wurden 314 Weine zur Bewertung eingereicht. Aus diesen 314 Weinen erreichten 90 Weine den Goldmedaillenrang!

Die Weinbewertung wurde weiterhin von der Landwirtschaftskammer Wien durchgeführt. Die Neuerungen betreffen den Bewertungsort und die Kostkommission. Die Landesweinbewertung wurde in der Höheren Bundeslehranstalt und Bundesamt für Wein- und Obstbau in Klosterneuburg durchgeführt. Die Verkostung erfolgte durch eine unabhängige Kostkommission, zusammengestellt aus geprüften Weinkostern, die bei der Wiener Landesweinbewertung keine Weinproben eingereicht haben. Die Bewertung erfolgte in professionellen Kostkochen, wo eine Beeinflussung hintangehalten wird.

Verkostung der Siegerweine aus der Landesweinbewertung 2004

Aus jenen Weinen, die das Landessiegerfinale der Wiener Landesweinbewertung 2004 erreicht haben, wurden durch eine Fachverkostung die Wiener Landesweinsieger 2004 eruiert.

Am 1. Juli 2004 fand in Vikerl's Lokal (Wien) die Landesweinsiegerverkostung 2004 statt. Eine Jury aus zwölf unabhängigen Wein-Fachleuten nahm an der Fachverkostung teil. In zehn Weinkategorien wurden mittels Rangziffernmethode die Landessiegerweine erkostet. Aufgabe war es, die Bewertung zu konzipieren, zu organisieren und umzusetzen - von der Wahl der Location bis hin zur Zusammenstellung der Jury, der Erstellung des Verkostungsablaufes und der Erarbeitung des Ergebnisses.

Präsentation Goldener Wiener 2004 in der Volkshalle

Die Kür der Goldenen Wiener 2004 wurde zur "Oscar-Nacht" für den Wiener Wein: In der Volkshalle des Rathauses zeichnete am 20. Juli 2004 Ök.-Rat Bürgermeister Dr. Michael Häupl die Wiener Landesweinsieger 2004 aus. Liebhabern des Wiener Weines bot sich auch 2004 wieder die Möglichkeit, die ausgezeichneten Tropfen aus der Weinregion Wien in exklusivem Rahmen zu verkosten.

Erstmals wurden die Finalergebnisse der Wiener Landesweinverkostung bis zur Preisvergabe unter Verschluss gehalten - damit war Spannung bis zum Schluss garantiert. Es blieb Ök.-Rat Bürgermeister Dr. Michael Häupl persönlich vorbehalten, die Sieger im Rahmen einer Präsentationsveranstaltung im Wiener Rathaus bekannt zu geben und auszuzeichnen.

Für die Veranstaltung in der Volkshalle wurden umfangreiche Kostkataloge produziert. Die Veranstaltung bot Kooperationspartnern und Unterstützern der Weinbauregion Wien die Möglichkeit, sich vor Ort zu präsentieren.



LANDESSIEGER 2004	
Cuvee weiß	Cuvee weiß Alter Satz 2003 Qualitätswein
Weingut Mayer am Pfarrplatz,	Pfarrplatz 2, 1190 Wien
Grüner Veltliner	Grüner Veltliner 2003 Qualitätswein
Lentner Karl,	Amtsstraße 44, 1210 Wien
	Grüner Veltliner Alte Rebe 2003 Qualitätswein
Weingut Langes,	Senderstraße 355, 1210 Wien
Riesling	Riesling classic 2003 Qualitätswein
Weingut Zahel,	Maurer Hauptplatz 9, 1230 Wien
Sauvignon blanc	Sauvignon blanc Schenkenberg-Hungerberg 2003 Kabinettwein
Weingut Hengl-Haselbrunner,	Iglaseegasse 10, 1190 Wien
Weißburgunder	Weißburgunder 2003 Qualitätswein
Weingut Cobenzl,	Am Cobenzl 96, 1190 Wien
Chardonnay	Chardonnay privat 2003 Qualitätswein
Weingut Edlmoser,	Maurer Lange Gasse 123, 1230 Wien
Wiener Auslesen	Traminer 2002 Auslese
Winzerhof Oberlaa,	Oberlaaer Straße 71, 1100 Wien
Süsse Wiener/Prädikatsweine	Ruländer 2001 Trockenbeereauslese
Weingut Reinprecht,	Cobenzlgasse 22, 1190 Wien
Cuvee rot	Cuvee rot Vienna Reserve 2002 Qualitätswein
Weingut Edlmoser,	Maurer Lange Gasse 123, 1230 Wien
Zweigelt/Blauburger	Zweigelt 2002 Qualitätswein
Weingut Christ,	Amtsstraße 12-14, 1210 Wien

Bodenuntersuchungsaktion 2004

Die Anlieferung erfolgte in die Landwirtschaftskammer Wien. Durch die Organisation, Zusammenstellung und Übergabe der Proben an die Bodenuntersuchungsanstalt konnte eine 20%ige Preisreduktion für die teilnehmenden Weinbauer erreicht werden. Diese Aktion wurde von den Weinbauern wieder sehr gerne wahrgenommen. Es wurden über 500 Proben von 26 Betrieben abgegeben.

Die Ergebnisse der Bodenuntersuchungsaktion wurden an die teilnehmenden Weinbaubetriebe gemeinsam mit dem Spezialisten für Bodenwirtschaft im Weinbau Ing. Horst Aman bekanntgegeben. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Wiener Weingartenböden gut bis sehr gut mit Nährstoffen versorgt sind. Die gute Nährstoffversorgung stammt von früheren Vorratsdüngungen. Der Vorteil liegt darin, dass heute nur noch gezielte Düngegaben gemacht werden müssen und die teuren Vorratsgaben können auch in nächster Zeit gespart werden.

Strukturerhebung 2003 über den österreichischen Weinbau

In den Jahren 1970 und 1990 wurden auf Initiative der Weinbaudirektoren der weinbautreibenden Bundesländer Erhebungen zur Struktur, aber auch über künftige Vorhaben der österreichischen Weinbauern durchgeführt. Die Ergebnisse wurden ausgewertet und dienten den Verantwortlichen in der Weinbaupolitik als wertvolle Unterlage wenn es um wichtige weinbaupolitische Entscheidungen ging. Die Ergebnisse der beiden vergangenen Befragungen haben gezeigt, dass fast alle aufgezeigten Zukunftsentwicklungen punktgenau eingetreten sind, andererseits wurden Zahlen und Fakten errechnet, die von keiner anderen Erhebung, Befragung oder sonstigen Statistik über die österreichische Weinwirtschaft zu bekommen waren.

Datengrundlage

Vom LFRZ wurden jene Daten der Agrarstrukturerhebung 1999 (mit Weingärten), die seit 1. Juni 1999 weder Namen- noch Adressänderung hatten als Grundlage herangezogen. Bei der Probenziehung im Juli 2003 existierten in Österreich 24.162 Betriebe.

Für die Stichprobenziehung wurden die Betriebe nach der Größe der bewirtschafteten Weingartenfläche in fünf Stammgruppen eingeteilt:

Stammgruppe 1: Betriebe mit einer bewirtschafteten Weingartenfläche bis 1 ha

Stammgruppe 2: 1 bis 3 ha bewirtschaftete Weingartenfläche

Stammgruppe 3: 3 bis 5 ha bewirtschaftete Weingartenfläche

Stammgruppe 4: 5 bis 10 ha bewirtschaftete Weingartenfläche

Stammgruppe 5: mehr als 10 ha bewirtschaftete Weingartenfläche

Aus diesen Stammgruppen wurde dann eine geschichtete Stichprobe gezogen, mit dem Ziel auf Ergebnisse zu kommen, die mit weniger als 10 % Fehler behaftet sind.

Insgesamt wurden 1.206 Fragebögen ausgewertet, davon

- 652 aus Niederösterreich,
- 294 aus dem Burgenland
- 202 aus der Steiermark und
- 58 aus Wien.

In Wien hat man versucht eine Vollerhebung bei allen 211 Betrieben zu machen. Jedoch haben nur 58 Betriebe den ausgefüllten Fragebogen retourniert.



Auszug der Ergebnisse

Zukauf von Trauben und Fasswein: Ein Traubenzukauf erfolgte nur von Betrieben in der Stammgruppe 4 und 5 und nur in der Größenordnung bis 2 %. In anderen Bundesländern gibt es zum Vergleich Traubenzukäufe bis 45,8 % z.B. in der Steiermark. Ein Zukauf von Fasswein erfolgt nur zu 0,3 % d.h. praktisch kein Fassweinzukauf in Wien.

Derzeitige Flächenaufteilung zwischen Rot- und Weisswein:

- 77 % Weissweintrauben
- 23 % Rotweintrauben

Geplante Flächenaufteilung in Zukunft:

- 54 % Weissweintrauben
- 43,9 % Rotweintrauben

d.h. die Wiener Betriebe (über 1ha Anbaufläche) wollen sich mehr auf den Rotweinanbau spezialisieren.

Bei der Frage über die Existenzfähigkeit des Betriebes wurde die Frage von kleineren Betrieben eher verneint bzw. gibt es keine Nachfolger für die Betriebe. Bei Betriebsführern von Betrieben mit über einem ha ist die Zuversicht über das Bestehen des Betriebes bis zu 100% vorhanden.

Vermarktungsform der erzeugten Trauben: In Wien werden nur 3 % der Trauben verkauft, 97 % der Trauben werden selbstverarbeitet. Die selbstverarbeiteten Trauben werden wie folgt vermarktet:

- 6 % Fass
- 34 % Flaschenverkauf
- 60 % Buschenschank

An wen wurde der selbstverarbeitete Wein verkauft?

- 15 % Gastronomie
- 4 % Fachhandel
- 1 % LEH
- 7 % Wiederverkäufer
- 69 % Letztverbraucher

76 % des Flaschenweineinkaufs der Letztverbraucher werden von den Kunden abgeholt, 19 % werden zugestellt. 4 % der Wiener Weinmenge werden exportiert!

Vermarktungsform in Zukunft

Ein eindeutiger Trend in Richtung Buschenschank und Flaschenweinverkauf als künftige Vermarktungsform ist festzustellen, während der Fassverkauf künftig bei rund 4 bis 7 % stagnieren dürfte. Die Daten der Strukturerhebung wurden im Detail und im Vergleich mit den weinbautreibenden Bundesländern bei den Winterversammlungen der Weinbauvereine vorgetragen.

Wiener Weintag

27 Wiener Weinhauer nahmen am Wiener Weintag, der Fortbildungsveranstaltung für Wiener Weinhauer des Wiener LFI und der Landwirtschaftskammer Wien in der HBLA & BA Klosterneuburg teil. Der Wiener Weintag dient zur Hebung der Weinqualität des Wiener Weines durch Weiterbildung und direkte Beratung.

Folgende Themen über die Weinbereitung wurden intensiv vorgetragen: Säuremanagement, Phenole im Wein und Gerbstoffkorrektur, Umgang mit Eiweißen im Jahrgang 2003, Entstehung von Böcksern, Stabilisierung von Rotweinfarbstoffen durch Tannine, Chips und Mikrooxidation sowie die Vermeidung von "Pferdeschweiß" im RW. Erhaltung des hefeverfügbaren N im Most und der gesundheitliche Aspekt des Weines wurden in der Seminarreihe behandelt.

Die einzelnen Themenblöcke wurden zwischen den Weinhauern und den Vortragenden direkt diskutiert und mit praktischen Erfahrungen ergänzt. Die Wiener Winzer konnten viele Tipps für die Trauben- und Weinverarbeitung mitnehmen.

Förderberatung

Die Förderberatung nimmt zeitmäßig einen Großteil der Beratungsarbeit in den Fachreferaten in Anspruch, speziell im Gartenbau mit einem Anteil von 85 % aller Förderanträge. Bei Fördervorhaben der Ländlichen Entwicklung werden nicht nur Gartenbaubetriebe, sondern auch Weinbau- und Landwirtschaftsbetriebe beratend unterstützt. Vor allem bei kofinanzierten Fördermaßnahmen, wie beispielsweise der einzelbetrieblichen Investitionsförderung, wird Beratung im betriebswirtschaftlichen Bereich zur Erstellung des Betriebsverbesserungsplanes benötigt. Auch bei nationalen oder Landesförderungen ist ein steigender Beratungsbedarf feststellbar.

Auch die Hofübernehmerförderung erfordert einen hohen zeitlichen Beratungsaufwand, da es sich hier letztendlich um den Aufbau von neuen Betriebsexistenzen handelt. Diese Beratung erfolgt themenübergreifend durch das Förder- und Gartenbaureferat als auch durch das Rechts- und Steuerreferat.

Die Vielzahl an Förderanträgen im Jahr 2004 bestätigt das positive Interesse der Betriebe an den angebotenen Fördermaßnahmen. Um zukünftig die Entwicklung der landwirtschaftlichen Familienbetriebe zu Unternehmen erfolgreich weiterzuführen, wäre eine Fortführung bzw. Verbesserung der einzelnen Fördermaßnahmen sinnvoll.

Menschen in Gartenbau-, Weinbau- und Landwirtschaftsbetrieben werden bei Fördervorhaben beratend unterstützt.



Projekt "3 in 1" - drei Bundesländer - eine Beratungsregion"

Beim "Projekt 3 in 1" handelt es sich um eine bundesländerübergreifende Officialberatung im Gemüsebau, gemeinsam durchgeführt von den Landwirtschaftskammern Wien, Niederösterreich und dem Burgenland. Ausgehend von den gemeinsamen Anliegen der Landwirtschaftskammern, wie Interessenvertretung und administrative Aufgaben stehen Themen im Vordergrund wie Organisation der zukünftigen Beratung für rund 60 Gemüsekulturen in Freiland- u. Gewächshausproduktion als auch Angebot einer spezifischen Förderberatung.

Im Sommer 2003 entstand die Idee für die Gründung dieses Projektes. Die Vorstudie bzw. Projektplanung erfolgte zwischen Herbst 2003 und Winter 2004. Die fertige Projektpräsentation erfolgte am 17. Mai 2004 im Rahmen eines gemeinsamen Gartenbauausschusses der drei betroffenen Landwirtschaftskammern in der Gärtnerei Johann Weidenauer-Pichler in Groß Enzersdorf (NÖ). Der offizielle Start war am 1. Jänner 2005.

Die Gesamtkosten des Projektes sollen sich am Anfang kostenneutral auf die Bundesländer verteilen, wobei das Angebot für den Gärtner kostenlos ist. Die jeweiligen Beratungskontakte im Nachbarbundesland werden zeitmäßig in einem Beratungsprotokoll festgehalten.

Die Ziele von "3 in 1" sind eine überregionale Beraterspezialisierung, gemeinsame Informationsveranstaltungen, arbeitsteilige Interessenvertretungen, die Aus- und Weiterbildung der Berater in den jeweiligen Spezialgebieten und das Angebot von neuen Serviceleistungen. Die Umsetzung erfolgt durch ein eigenes Fachteam aus den drei Bundesländern. Die Schwerpunkte bei der Kulturberatung liegen in Niederösterreich und Burgenland im Freiland- bzw. Feldgemüsebau, in Wien beim Unterglasgemüsebau. Beratungsschwerpunkte in Wien sind vor allem Förderungen (Gartenbauförderungen, EU-Programm Ländliche Entwicklung, Nationale Förderprogramme), betriebswirtschaftliche Beratung, Arbeitskreise für "Kennzahlenvergleich im geschützten Gemüsebau" und "Integrierte Produktion" und Pflanzenschutz im geschützten Gemüsebau.

Durch die Zusammenarbeit der drei Bundesländer steht mehr Zeit für die Beratung der Gemüseproduzenten zur Verfügung. Für die Telefonberatung wurde ein gemeinsames Telefonnetz installiert, um eine direkte Vermittlung zum zuständigen Spezialisten im jeweiligen Bundesland herzustellen. Vorteile für den Gemüsegärtner und Gemüsebauern sind ein höheres Beratungsangebot durch die Landwirtschaftskammern, eine direkte Vermittlung an den Spezialisten in der Region, eine höhere Beratungskompetenz durch die Aufgabenteilung, eine schlagkräftige Interessensvertretung und Erfahrungsaustausch in der Region.

Arbeitskreis Integrierte Produktion (IP) im Gemüsebau

Bereits über 100 Gemüsegärtner nehmen im Jahr 2004 an der Integrierten Produktion im Rahmen des ÖPUL-Programmes teil. Seit Herbst 2000 besteht ein eigener Arbeitskreis IP Gemüsebau. In diesem werden fachliche und betriebliche Fragestellungen gemeinsam erörtert, um sich gegenseitig Hilfe anzubieten. Gemeinsames Ziel der Mitglieder ist es, den Arbeitskreis weiterzuführen, um den kontinuierlichen Informations- und Kontaktfluss aufrechtzuerhalten.

Im Jahr 2004 wurde bei einem Treffen festgestellt, dass ein Großteil der IP Probleme und Themen bereits aufgearbeitet, bzw. größtenteils gelöst werden konnte. Zwei Mitglieder verkauften ihre Gärtnereien und legten kurzfristig bis zur Gründung eines neuen Betriebes die Teilnahme im Arbeitskreis still. Eine Fortführung des Arbeitskreises wurde aus diesen Gründen als nicht mehr sinnvoll erachtet. Es wird angestrebt, in den Jahren 2005 oder 2006 einen thematisch weiter gesteckten "Arbeitskreis Gemüsebau" zu gründen und einzusetzen.

Kennzahlenvergleich im Gemüsebau

Das mehrjährige Projekt "Kennzahlenvergleich im Gemüsebau" wurde datenmäßig 2004 abgeschlossen. Ziele waren die Erhebung von Grunddaten des geschützten Anbaus von Fruchtgemüse, die Sammlung von Datenmaterial für das Programm Ländliche Entwicklung und den Grünen Bericht und eine Auswertung von Kennzahlen für die zehn teilnehmenden Betriebe. Die fachliche Betreuung erfolgte durch den Gartenbauökonom Dipl.-Ing. Dr. Demerci von der Universität für Bodenkultur Wien.

Die Teilnehmer am Kennzahlenvergleich im Gemüsebau profitieren von der betriebswirtschaftlichen Beratung.

Die Teilnehmer entdeckten im Verlauf des Projektes die Vorzüge einer betriebswirtschaftlichen Beratung und profitieren stark bei der Arbeitsorganisation und Betriebskalkulation. Den Gärtnern wurde die Bedeutung von Kostenaufzeichnungen erstmals bewußt. Aufgrund der bereits vorliegenden positiven Ergebnisse ist eine Projektweiterführung auf breiter Ebene vorgesehen.

Die Dreijahresdaten werden im ersten Halbjahr 2005 ausgewertet und analysiert. Ein aussagekräftiger Endbericht zum Arbeitskreisprojekt wird Mitte 2005 fertiggestellt sein.

AMA Gütesiegel für Obst, Gemüse - EUREP GAP

Die Produktionsrichtlinien für das AMA Gütesiegel wurden so konzipiert, dass damit auch die Anforderungen von EUREP GAP (Produktionsrichtlinien einer internationalen Gruppe des LEH) abgedeckt sind. Nach einem erfolgreichen Benchmarking-Verfahren wurde Ende 2004 das AMA Gütesiegelprogramm für Obst, Gemüse und Speisekartoffel durch EUREP GAP anerkannt. Auch im Jahr 2004 wurden von seiten der Landwirtschaftskammer Wien Schulungen und Informationsveranstaltungen zu diesem Thema angeboten. Die meisten Gärtner, die Gemüse integriert produzieren haben sich nach anfänglicher Skepsis dem AMA Gütesiegel Programm angeschlossen. Unterstützt wurde diese Haltung durch eine Verpflichtung zur Gemüseproduktion nach dem AMA Gütesiegel durch die Erzeugerorganisation LGV Frischgemüse Wien als Hauptvermarkter der meisten Wiener Gärtner. Spar Österreich ist ein Hauptkunde der LGV Frischgemüse und verlangt seit 2003 nachweislich die Einhaltung des AMA Gütesiegels.

Gartenbau- und Feldgemüseanbauerhebung 2004

Aufgrund einer Verordnung des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und des Bundesministers für Wirtschaft und Arbeit wurde 2004 von der Statistik Austria österreichweit eine Erhebung der Gartenbau- und Baumschulbetriebe, sowie des Feldgemüseanbaues durchgeführt. Mit der Abwicklung der Erhebung bzw. fachlichen Beratung und Hilfestellung an die Betriebe wurden die Landwirtschaftskammern betraut. Nach den Bestimmungen des Bundesstatistikgesetzes 2000 sind alle Bewirtschafter eines landwirtschaftlichen Betriebes zur Auskunfterteilung verpflichtet. Die erhobenen Daten sind von großer Bedeutung für nationale agrarpolitische Maßnahmen und dienen letztlich dem österreichischen Gartenbau bzw. Feldgemüsebau.

Die Erhebungsbögen wurden im Juni 2004 von der Statistik Austria an alle Gartenbau- und Feldgemüsebaubetriebe gesandt. Als Stichtag wurde der 1. Juli 2004 festgelegt. Abgabetermin in der Landwirtschaftskammer Wien war am 16. August 2004. Als besonderes Service wurden im Juli 2004 zwei Außentermine angeboten, um Hilfestellung beim Ausfüllen anzubieten. Die fertig ausgefüllten Erhebungsbögen mussten bis 15. Oktober 2004 an die Statistik Austria übermittelt werden.

Nachfolgend die ersten Ergebnisse des offiziellen Schnellberichtes der Erhebung 2004 im Vergleich zur letzten Gartenbauerhebung 1998: Die Anzahl der Gartenbaubetriebe ist in ganz Österreich um 24 %, in Wien um 21 % gesunken (Österreich von 1.897 auf 1.444 Betriebe, davon Wien von 439 auf 347 Betriebe). Die Gartenbaufläche hat in Österreich um 20 % abgenommen, in Wien um 16 % (Österreich von 2.727 ha auf 2.171 ha, davon in Wien von 678 ha auf 569 ha).

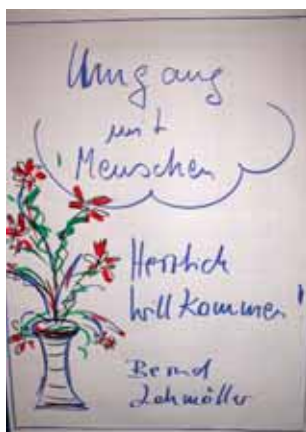
Wien hat verglichen mit den anderen Bundesländern die größte gärtnerisch genutzte Fläche (569 ha), knapp gefolgt von Niederösterreich (546 ha) und Oberösterreich (500 ha). Die gärtnerisch genutzte Fläche von gesamt 569 ha in Wien verteilt sich folgendermaßen: 182 ha Fläche unter Glas bzw. Folie und 387 ha Freilandfläche (einschließlich Netzhäuser und Baumschulkulturen). Die geschützte Anbaufläche (Glas-, und Folienhaus) ist in ganz Österreich seit 1998 um 5 % gesunken, in Wien allerdings um 3 % gestiegen (Österreich von 442 ha auf 418 ha, davon in Wien von 177 ha auf 182 ha). 44 % aller geschützten Anbauflächen (Glas-, und Folienhaus) liegen in Wien. Von 418 ha in Österreich sind 182 ha in Wien.

Von den 347 Wiener Gartenbaubetrieben produzieren 68 % Gemüse (235 Betriebe), 29 % Blumen und Zierpflanzen (100 Betriebe) und 3 % Baumschulware (12 Betriebe). 65 % aller österreichischen Gemüsebaubetriebe liegen in Wien (von 364 Betrieben in Österreich sind 235 in Wien).

Die Gartenbaubetriebe in Österreich sind 2004 nach wie vor kleinstrukturiert. Rund 1.052 Betriebe bewirtschaften eine Fläche unter 1 ha. Die Arbeitskräfte in Gartenbaubetrieben (familien-eigene und familienfremde) sind in Österreich seit 1998 von 11.141 auf 9.742 gesunken, davon beträgt der Anteil in Wien 2.123 Arbeitskräfte. Die Reduktion betraf vor allem familieneigene Arbeitskräfte, da durch die Anpflanzung arbeitsintensiver Kulturen vermehrt familienfremde Arbeitskräfte zum Einsatz kamen. Der Durchschnitt der in einem Gartenbaubetrieb beschäftigten familienfremden Arbeitskräfte erhöhte sich somit von 3,9 (1998) auf 4,8 Arbeitskräfte im Jahr 2004.

Die Anzahl der Betriebe im Feldgemüsebau hat in ganz Österreich seit 1998 um 24 % abgenommen (von 2.647 auf 2.019 Betriebe). Die Gesamtanbaufläche stieg jedoch um 0,1 % (von 9.893 ha auf 9.901 ha). Die größte Feldgemüseanbaufläche hat Niederösterreich mit 6.290 ha (+0,3 %), gefolgt vom Burgenland mit 1.051 ha (+8 %) und Oberösterreich mit 1.013 ha (+26 %). Starke Flächenrückgänge waren in der Steiermark (-24 %), Wien (-23 %) und Salzburg (-26 %) zu verzeichnen.

Die Fläche unter Glas und Folie nahm zu (132 ha; +16 %). Fast 90 % liegen davon im Burgenland und der Steiermark. Feldgemüse im Freiland wird vor allem in Niederösterreich (6.285 ha), Oberösterreich (1.007 ha) und dem Burgenland (976 ha) angebaut. Diese Fläche hat sich seit 1998 nur geringfügig verändert.



Umgang mit Menschen

Zum dritten Mal fand eine "Funktionärstagung" für die Kammerräte der Landwirtschaftskammer Wien statt. Die Funktionäre sprachen sich für eine Weiterbildung im Bereich Persönlichkeitsbildung aus. Ziel war die Stärkung der Unternehmerpersönlichkeit und die Förderung des Kooperationsgedankens. Mit einem erfahrenen Trainer konnten die TeilnehmerInnen die Erfahrung machen, dass es unerheblich ist, ob jemand einen landwirtschaftlichen Betrieb führt, seine Produkte verkauft, in seiner Funktion oder in seiner Familie ein gemeinsames Anliegen durchbringen will. Es geht darum, wie man Menschen überzeugt und sie für sich gewinnt. Durch Übungen und Gruppenarbeiten wurde Gehörtes sofort in die Praxis umgesetzt. So konnten sofort die eigenen Fallen sichtbar und bewusst gemacht werden. Durch das Aufzeigen von Stärken und Schwächen kann nun gezielt nachgearbeitet werden. Die Seminar-evaluierung durch die 19 Teilnehmer bestätigte die konstruktive Arbeitsstimmung und fiel sehr gut aus.

Bildungsangebot erstellen und veröffentlichen

Gemäß der Prozessbeschreibung in der Qualitätssicherung des LFI Wien erfolgt die Ermittlung des Bildungsbedarfes und das Festlegen von Zielen in einem Workshop mit allen Referenten der Landwirtschaftskammer Wien. In einem nächsten Schritt werden aus den vorgeschlagenen Maßnahmen zur Zielerreichung (Bildungsveranstaltungen) Schwerpunkte herausgearbeitet. In der detaillierten Veranstaltungsplanung liegen dann Termine und Verantwortlichkeiten fest. Für jede geplante Maßnahme wird vom zuständigen Referenten ein Veranstaltungsstammblatt

und eine Kalkulation erstellt. Die korrigierten Texte werden in das Verwaltungsprogramm des LFI eingetragen und bilden die Grundlage zur Erstellung des LFI Katalogs. Speziell für den Katalog benötigte Texte und Erklärungen werden erstellt. Der Katalog mit der Datenaufbereitung und Bildmaterial entsteht in Zusammenarbeit mit einer Agentur. Die Gestaltung ist österreichweit abgestimmt und folgt einem einheitlichen Ordnungssystem. Die Versendung der Bildungskataloge erfolgt am Beginn der Bildungssaison Anfang Oktober und beliefert jeden Kammerzugehörigen.

Zusätzlich erfolgt die Bewerbung der Bildungsmaßnahmen über die Kammerzeitung in jeder Ausgabe mit den aktuellen Veranstaltungen. Auf der LFI Homepage ist das gesamte Programm der Bildungssaison nachzulesen. Die Landwirtschaftskammer Wien-Homepage enthält ebenfalls Veranstaltungsvorankündigungen. Für die einzelnen Veranstaltungen wird zielgruppenspezifisch per Direktmailing geworben und per Post erfolgen Einladungen mit Antwortfax ebenfalls an spezielle Zielgruppen. In den Programmplanungsprozess fließen alle Evaluierungen, Bedarfserhebungen, Beschwerden und Anregungen im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses mit ein.

Qualitätszertifizierung des LFI Wien nach ISO 9001:2000

Nach einer Verleihung des Qualitätsgütesiegels für das LFI Wien 2001 folgte im Dezember 2004 die Zertifizierung nach ISO 9001. Zum erfolgreichen Abschluss des Audits (Prüfung) trug nicht nur die Ausbildung zur Qualitätsbeauftragen bei, sondern die konsequente Umsetzung der festgelegten und beschriebenen Prozesse und Abläufe. Die Erreichung des ISO 9001-Standards ist maßgebend für die Anerkennung als Bildungsträger und berechtigt zur Einreichung von Fördermaßnahmen in der "Berufsbildung - Veranstalterförderung". Oberstes Ziel der Qualitätssicherung im LFI ist die Kundenzufriedenheit.

Die Wiener Landwirtschaft und ihre Erzeugnisse - Präsentation am Wiener Erntedankfest 2004

Konsumenten sind nach wie vor nicht ausreichend informiert über die Situation, die Leistungen, Probleme und Belange der Wiener Landwirtschaft. Beim Erntedankfest am Wiener Heldenplatz wird die Öffentlichkeit über die Situation der Wiener Landwirtschaft umfassend informiert. So können der Öffentlichkeit die Produkte und Leistungen der Wiener Landwirtschaft bewusst gemacht werden. Die Konsumenten legen Wert auf heimische Produkte, sie kaufen bewusst ein und fragen heimische Produkte nach. Wir informieren dahingehend, dass Konsumenten wissen, wie heimische Produkte produziert werden und wann sie angeboten werden. Wichtig ist auch der direkte Kontakt der Konsumenten zu Wiener Produzenten. Ein besonderes Ziel der Veranstaltung war die Bewerbung der Direktvermarkter Wiens.

Die vielfältigen Produkte und Leistungen der Wiener Gärtner, Landwirte und Weinbauer wurden am 11. und 12. September 2004 vorgestellt. Es wurden Infostände, Beratungs- und Verkaufsstände zu den verschiedenen Landwirtschaftssparten geboten. Anziehungspunkt bildete die besonders auffallende Dekoration der Wiener Landwirtschaft - Gemüsebau, Zierpflanzenbau, Landwirtschaft, Wein- und Obstbau - zum Anschauen und Angreifen ("Fruchtbarkeitsbaum der Wiener Landwirtschaft"). Für das leibliche Wohl der Besucher des Infobereiches sorgten die Wiener Landfrauen und die Wiener Weinbauer. Jeder hatte die Gelegenheit, mit Produzenten bzw. Vertretern der Landwirtschaftskammer Wien ins Gespräch zu kommen, offene Fragen abzuklären und die Wiener Produkte kennen zu lernen. Zusätzlich beworben wurden die Direktvermarkterbroschüre der Wiener Direktvermarkter, sowie die Homepage der Direktvermarkter. Wir wollen erreichen, dass Konsumenten verstärkt auf die Herkunft der Produkte achten. Mit dem Kauf von heimischen bäuerlichen Produkten unterstützen die Konsumenten nicht nur die eigene Gesundheit, sondern leisten auch einen Beitrag zur Erhaltung einer intakten, wirtschaftlichen und ökologischen Umwelt und sichern Qualität, Professionalität und Kundennähe in der Region. Die Vertrauensbasis zwischen Konsument und Produzent soll gestärkt werden. Für die Wiener Direktvermarkter erwarten wir einen größeren Kundenkreis. Der Vorteil innerhalb der Stadtgrenzen eine funktionierende vielfältige Landwirtschaft zu besitzen, soll von den Wienerinnen und Wienern bewusst genutzt werden.



Effiziente Büroorganisation für landwirtschaftliche Betriebe

Durch eine gute Büro- und Schreibtischorganisation und eine effiziente Arbeitstechnik kann der Zeitaufwand für die oft ungeliebte "Verwaltung und Betriebsführung am Papier" stark reduziert werden. Wenn man weiß wie, dann erledigt man manche Arbeiten auch lieber. Im Seminar wurden Wege zur Optimierung der Büro- und Schreibtischorganisation aufgezeigt. Rationalisierungsmöglichkeiten, Aufgaben- und Terminverwaltung und die Organisation des persönlichen Arbeitsplatzes waren Tagungsinhalte. Wichtig ist auch die genaue Analyse der erforderlichen Informationen und Dokumente für den eigenen Arbeitsbereich, also was muss ich wissen und was brauche ich dazu. Praxisgerechte Anregungen zu Ablagesystemen und den PC-Einsatz, Checklisten und die Einrichtung des Bürobereiches machten das Seminar zu einer Fundgrube für die leichtere und bessere Gestaltung des "Schreibkrams". Die namhafte Trainerin verstand es ausgezeichnet, diese Materie den Teilnehmern in anschaulicher, praxistauglicher Weise zu vermitteln. An dem Seminar nahmen zehn Personen jeweils mit 22 Unterrichtseinheiten teil.

Frauen und Männer - Lebensglück durch Unterschiede

Die Wiener Landfrauen wünschten ein Tagesseminar zur intensiven Beschäftigung mit einem Thema, vordringlich im Bereich Persönlichkeitsbildung. Ziel des Seminars war die Verbesserung der Beziehungen in Familie und Betrieb durch Kennenlernen der Fakten und einen bewussten Umgang damit. Im ersten Wiener Landfrauen-Seminar wurden neue Erkenntnisse aus der Gehirn- und Evolutionsforschung präsentiert, die geschlechtsspezifische Unterschiede verstehbar machen sollen. Inhalt der Tagung war, wie aus Konfliktherden neue Chancen entstehen. Gruppenarbeiten und konkrete Handlungsanregungen zeigen, wie Beziehungsarbeit erfolgreich sein kann und sich produktiv auf Familie und Betrieb auswirkt. 13 Funktionärinnen und interessierte Landfrauen beurteilten Kursinhalte und Trainer äusserst positiv und äussersten den Wunsch nach einer Fortsetzung der damit begonnenen "Landfrauen-Seminare".

Forum Landfrau

Diese Veranstaltungsreihe bietet eine monatliche Plattform für die Landfrauen und unterstützt die vielfältigen Interessensgebiete für Weiterbildung und Information. Ziel ist der Auf- und Ausbau eines Netzwerkes für Landfrauen und die Erhaltung einer Drehscheibe für den Erfahrungsaustausch. Die Treffen finden in den Herbst- und Wintermonaten einmal im Monat jeweils am ersten Dienstag statt. Die Themen entsprechen den gewichteten Wünschen des Landesvorstandes der Wiener Landfrauen. Schwerpunkte waren im Berichtsjahr Persönlichkeitsbildung, Wellness und Kultur. Veranstaltungen zu folgenden Themen wurden abgehalten:

- Kommunikation im Alltag
- Die Kraft des positiven Denkens
- Von der Versorgung zur Entsorgung
- Feng Shui - im Bauernhaus?

Seit Bestehen der Veranstaltungsreihe fand "Forum Landfrau" 152 Mal statt. Allein im Berichtsjahr besuchten 189 Landfrauen eine Veranstaltung aus dieser Serie.



Tag der Landfrau

Fixe Weiterbildungstagung für Wiener Landfrauen. Seit mehr als 30 Jahren traditioneller Bestandteil des Bildungsprogramms für Landfrauen. Dabei ging es vor allem um Gesundheitsbildung und Fragen der Lebensqualität.

Unter dem Titel "Ein Schutzhaus für ihre Gesundheit" befasste sich die vortragende Ärztin mit ganzheitlichen Gesundheitsstrategien und den psychosozialen Faktoren zur Brustkrebsvorsorge. Beim Thema "Hormontherapie - pro und kontra" folgten Argumente aus fachlicher Sicht und praxisgerechte Ratschläge zur aktuellen Diskussion. Mehr als 100 Landfrauen folgten den Ausführungen mit regem Interesse und hatten Gelegenheit zur Diskussion der eigenen Situation und der Ausarbeitung logischer Konsequenzen in der Familie. In Solidarität mit Frauen aus der Dritten Welt unterstützten die Wiener Landfrauen beim "Tag der Landfrauen" ein Projekt der Vortragenden "Aktion Regen" mit Spenden.

IBUG - Ringberatung in Wien und Niederösterreich

Als Ergänzung zur Officialberatung der Landwirtschaftskammern bietet das LFI Wien in Kooperation mit der Landwirtschaftskammer Wien und der Landwirtschaftskammer Niederösterreich ein bis dato in Österreich einmalig innovatives Projekt an: Den Aufbau einer Ringberatung für den Unterglasgemüsebau in Wien und Niederösterreich. Das Projekt IBUG (Information und Beratung im Unterglas Gemüsebau) bietet ein ganzheitliches Informations- und Beratungsangebot, welches direkt auf die Belange der Gärtner abgestimmt ist. Durch die moderne Organisation bleibt die Ringberatung dauerhaft nahe an der gärtnerischen Praxis.



IBUG - wie ein Beratungsring organisiert

Wichtigstes Merkmal einer Ringberatung ist die Zusammenarbeit zwischen Berater und Gärtner, sowie erforderlichen Einrichtungen wie Labors, Forschungseinrichtungen und Interessenvertretung. Die Beratungsleistungen werden stets auf die Wünsche und Bedürfnisse der Mitgliedsbetriebe abgestimmt. Die Ringberatung ist immer gemeinnützig, firmenunabhängig - und nicht profitorientiert.

Betriebsbesuche und Vorortberatung

Der interessierte Gartenbaubetrieb bucht ein auf seine betrieblichen Anforderungen abgestimmtes Beratungsprodukt (Modul: Start, Standard oder Spezial). Die Module unterscheiden sich durch die Anzahl der Beratungsstunden. Je nach Modul kommt der Berater regelmäßig zur Bestandskontrolle. Im Rahmen dieser finden Tätigkeiten wie die Identifizierung von Schädlingen, Nützlingseinsatz, Pflanzenschutzmittelempfehlung unter Berücksichtigung des Resistenzmanagement nach guter gärtnerischer Praxis statt. Der IBUG-Berater betreut seine Mitglieder Vorort, regelmäßig oder auf Abruf, je nach gewähltem Beratungsmodul und Situation im Betrieb. Die Beratung wird in Datenbanken dokumentiert und ist für Gärtner und Berater jederzeit abrufbar.

Erfahrungsaustausch im Projekt IBUG

Innerhalb der Ringberatung werden moderierte Gruppenveranstaltungen eingerichtet um die aktuelle Lage in den Kulturen zu besprechen. Hier gilt es ein schnelles, effektives und unkompliziertes Lernen zu ermöglichen. Neben der kulturbegleitenden Beratung erhält der Betriebsleiter im Produktionsalltag aktuelle Fachinformationen, zusätzlich wird er in Form von Lehr- und Informationsveranstaltungen fachlich fortgebildet.

Wie und wann Maßnahmen setzen

Beispiele der Kulturmaßnahmen wie: Pflanzenernährung, Pflanzenschutz, Nützlingseinsatz, Temperaturführung und Betriebshygiene sind nur Überbegriffe für die komplexe Betreuung durch die Beratungsmodul des Projektes IBUG. Nicht selten verliert der Gärtner wegen der Mehrfachbelastung das Auge fürs Wesentliche und reagiert nur statt zu agieren. Das Projekt IBUG hilft dem Gemüsegärtner den Überblick zu behalten und Probleme gar nicht erst entstehen zu lassen.

Informationsfluss

Durch die Vernetzung der IBUG Ringberatung mit verschiedenen Beratungsringen, Beratungsfirmen und wissenschaftlichen Einrichtungen in Österreich, Deutschland und den Niederlanden bietet IBUG ein konkurrenzloses Beratungs- und Informationspaket an. Wöchentliche Rundschreiben, als Email- oder FAX-Newsletter sowie ein ringinterner Warndienst bringen und halten den Gärtner auf dem letzten Stand der Beratung, Fachliteratur und wissenschaftlicher Erkenntnisse. Auch die Mittel der modernen Kommunikationsgesellschaft halten Einzug in die Gemüsebauberatung. Eine Homepage mit geschlossener Benutzeroberfläche inklusive umfangreichen Downloadmöglichkeiten, ausschließlich für Projektmitglieder, sowie regelmäßige Email-Newsletter und SMS-Nachrichtendienste sind neben der Kulturberatung Bestandteil des Projektes IBUG.

