



Bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark

Good Practices bio-regionale Gemeinschaftsverpflegung

Projekt: Regionale Wertschöpfungsnetzwerke der Gemeinschaftsverpflegung für Bio-Gemüse entwickeln „RegioWertGeBen“

Stand: 27.07.2026

Impressum

Zu zitieren als: Greiner, Johanna/ Wember, Carla (2026). Bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark. Good Practices bio-regionale Gemeinschaftsverpflegung. Arbeitsdokument RegioWertGeBen. Frankfurt. 10.5281/zenodo.21935657.

Ansprechperson: Carla Wember

Institut für Ländliche Strukturforchung

60486 Frankfurt am Main

wember@ifls.de



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Inhaltsverzeichnis

1	Standortfaktoren	1
1.1	Naturräumliche Bedingungen	1
1.2	Sozioökonomische Bedingungen der Region	1
1.3	Landwirtschaftliche Struktur und vorhandene WSK	2
1.3.1	Landwirtschaft	2
1.3.2	Verarbeitende Betriebe	3
1.3.3	(Groß-) Handel (Bio-Gemüse)	3
2	Beschreibung der Wertschöpfungskette	3
2.1	Akteur*innen der Wertschöpfungskette (Betriebe und Organisationen)	3
2.2	Regionale und ökologisch erzeugte Gemüsearten (die genutzt werden)	5
3	Aufbau und Treiber der Wertschöpfungskette	6
3.1	Von wem wurde die Verwendung regional und ökologisch produzierten Gemüses vorangetrieben?	6
3.2	Erfolgsfaktoren	6
4	Kommunikation	6
4.1	Kommunikation in der Wertschöpfungskette	6
4.2	Wege der Kommunikation	7
4.3	Außenkommunikation der Verwendung von bio-regionalem Gemüse	7
4.3.1	In der Landwirtschaft	7
4.3.2	In der Gemeinschaftsverpflegung	8
5	Quellenverzeichnis	9

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Fläche und Klimadaten der Region	1
Tabelle 2 Einwohnerdaten der Region	2
Tabelle 3 Landwirtschaftsdaten der Region	2

Abkürzungsverzeichnis

BVN	Bäuerliche Versorgungsnetzwerk Steiermark
EGFL	Europäischer Garantiefonds für die Landwirtschaft
ELER	Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums
GV	Gemeinschaftsverpflegung
WSK	Wertschöpfungskette
ÖPUL	Österreichisches Programm zur Förderung umweltgerechter, extensiver Landbewirtschaftung
AHV	Außer-Haus-Verpflegung
LKH	Landeskrankenhaus

1 Standortfaktoren

1.1 Naturräumliche Bedingungen

Die Steiermark ist mit einer Fläche von rund 16.400 Quadratkilometern einer der größten Bundesländer Österreichs (Friedl et al. 2026). Das Land liegt im Übergang zwischen den Zentralalpen im Norden und dem hügeligen Alpenvorland im Süden. Der höchste Gipfel, der Dachstein, erreicht 2.995 Meter ü.A. – geprägt wird das Landschaftsbild durch ausgedehnte Almgebiete, Wälder (rund 60 Prozent der Landesfläche) sowie Wein- und Obstbaugebiete in der Süd- und Oststeiermark. Diese Vielfalt an Landschaftsformen begründet den Beinamen der Region als das „Grüne Herz Österreichs“ und macht sie zugleich zu einem beliebten Tourismusziel (Wein Steiermark 2024; Zechner 2025a).

Tabelle 1 Fläche und Klimadaten der Region

Region	Fläche (in Quadratkilometern)	Jahresdurchschnittstemperatur 2024	Sonnenstunden pro Jahr	Niederschlag pro Jahr in mm
Steiermark	16.400	8,9°C	1.620	1.109

Quelle: Eigene Darstellung nach Steiermark 2024, Zechner 2025a und Johann 2024

Das Klima der Steiermark ist stark von der Höhenlage und dem alpinen Relief geprägt. Die durchschnittliche Jahrestemperatur lag 2024 bei 8,9°C (Hiebl 2024). Das Jahr 2024 gilt als das wärmste Jahr seit Beginn der Aufzeichnungen – mit einer positiven Abweichung von + 3°C gegenüber dem langjährigen Mittel. Aufgrund der topografischen Unterschiede schwanken die regionalen Jahresmitteltemperaturen zwischen 0°C in den hochalpinen Gebieten und 12°C im südlichen Hügelland. Die jährliche Niederschlagsmenge beträgt durchschnittlich 1.109 Liter pro Quadratmeter, die Sonnenscheindauer rund 1.620 Stunden pro Jahr (Hiebl 2024; Zechner 2025b).

1.2 Sozioökonomische Bedingungen der Region

In der Steiermark leben 1.271.716 Einwohner*innen, was etwa 14 Prozent der österreichischen Gesamtbevölkerung entspricht (Zechner 2025b; Friedl et al. 2026). Die Bevölkerungsdichte beträgt 78 Einwohner*innen pro Quadratkilometer, die Erwerbstätigenquote liegt bei 74,9 Prozent (15-64 Jahre). Der Frauenanteil an der Bevölkerung liegt bei 52,2 Prozent (Zechner 2025a).

Die Landeshauptstadt Graz zählt über 300.000 Einwohner*innen und bildet gemeinsam mit dem Umland das wichtigste Ballungsgebiet der Steiermark (Friedl et al. 2026). Nur 32 Prozent der Landesfläche in der Steiermark galten 2024 als Dauersiedlungsraum, während der österreichweite Anteil 39 Prozent betrug. Das durchschnittliche Monatseinkommen lag 2023 bei 3.207 € und somit leicht unter dem österreichischen Durchschnitt von 3.229 € (Friedl et al. 2026).

Die steirische Wirtschaft ist stark exportorientiert – zu den wichtigsten Branchen zählen der Maschinen- und Anlagenbau, Fahrzeugproduktion, Elektrotechnik sowie wissensintensive Dienstleistungen (Friedl et al. 2026). Die Erwerbstätigen verteilen sich auf die Sektoren Dienstleistungen (66,7 Prozent), Gewerbe (29,4 Prozent) und Land- und Forstwirtschaft (3,9 Prozent) (Zechner 2025a).

Der Tourismus spielt ebenfalls eine wichtige Rolle: Während die Bezirke Liezen und Murau vor allem vom Wintertourismus leben, ist die Oststeiermark durch Thermen und Kurorte geprägt, die Südsteiermark hingegen durch Weinbau und kulinarische Angebote. Graz zieht mit Kongressen und Städtereisen vor allem Geschäfts- und Kulturtouristen an (Friedl et al. 2026).

Tabelle 2 Einwohnerdaten der Region

Region	Einwohnerzahl	Bevölkerungsdichte (Personen pro km ²)	Erwerbstätigenquote
Steiermark	1.271.716	78	74,9 % (zw. 15-64 Jahre)

Quelle: Eigene Darstellung nach Steiermark 2024, Zechner 2025a

1.3 Landwirtschaftliche Struktur und vorhandene WSK

1.3.1 Landwirtschaft

In der Steiermark gab es 2023 insgesamt 33.121 landwirtschaftliche Betriebe mit einer bewirtschafteten Fläche von 1.267.322 Hektar (Statistik Austria 2023). Die Anzahl der Betriebe und die landwirtschaftlich genutzte Fläche sind in den vergangenen 20 Jahren kontinuierlich zurückgegangen, was auf einen anhaltenden Strukturwandel hindeutet. Rund 883.000 Hektar waren 2023 Waldfläche, 204.000 Hektar Dauergrünland und 127.000 Hektar Ackerland (Statistik Austria 2023).

Der Gemüsebau spielt mit 1.538 Hektar eine vergleichsweise kleine, aber wirtschaftlich bedeutende Rolle. Etwa ein Drittel der Anbaufläche entfällt auf Käferbohnen (565 ha), gefolgt von Kren (Meerrettich), Salaten und Kohlgemüse (Gartenbau- und Feldgemüseanbau 2022).

Tabelle 3 Landwirtschaftsdaten der Region

Region	Anzahl Be- triebe (2023)	Anzahl Bio-Be- triebe 2023	Anzahl Ge- müsebe- triebe Frei- land 2020	Gemüse- betriebe unter Dach 2020	Gemüsebe- triebe ge- samt 2020	Bio-Gemü- sebe- triebe 2020
Steiermark	33.121	4.128	552	189	596	69
Österreich	101.036	24.099	2.551	779	2.793	787

Quelle: Statistik Austria, Gartenbau- und Feldgemüseanbauerhebung (2020, 2022) Statistik Austria 2023

In Österreich werden 27,3 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche biologisch bewirtschaftet (661.460 ha) (Statistik 2025). Damit liegt der Anteil deutlich über dem Niveau Deutschlands, wo rund 14,4 Prozent der Betriebe und 11,4 Prozent der Fläche ökologisch geführt werden (BMLEH 2025).

Das Agrarumweltprogramm ÖPUL („Österreichisches Programm zur Förderung umweltgerechter, extensiver Landbewirtschaftung“) stellt seit 1995 ein zentrales Instrument der österreichischen Agrarpolitik dar (Agrarumweltprogramm (ÖPUL) 2025). In der aktuellen Periode 2023–2027 verbindet es Öko-Regelungen, Klimaschutz, Tierwohl und Biodiversität und wird über EGFL und ELER finanziert. Bio-Betriebe profitieren besonders stark von flächenorientierten ÖPUL-Zahlungen.

Ergänzend verfolgt die „Zukunftsstrategie Biolandwirtschaft 2030“ des Bundesministeriums für Landwirtschaft das Ziel, den Bio-Anteil weiter zu steigern und Rahmenbedingungen für nachhaltige Produktion und Vermarktung zu schaffen (Zukunft Bio 2030 2025).

Der nationale Aktionsplan „naBe – Nachhaltige öffentliche Beschaffung“ setzt zusätzlich Anreize für die öffentliche Hand, Lebensmittel aus regionaler und biologischer Erzeugung einzusetzen. Der Bio-Mindestanteil soll von 25 Prozent im Jahr 2023 auf 55 Prozent im Jahr 2030 ansteigen (naBe - Aktionsplan für eine nachhaltige öffentliche Beschaffung 2025).

Die Biodiversitätsstrategie Österreich 2030 strebt eine Umstellung von 35 Prozent der Landwirtschaft auf biologische Produktion an und stellt dafür 50 Millionen Euro aus dem EU-Aufbauplan zur Verfügung (Bundeskanzleramt Österreich 2022).

Die Steiermark ist zudem Teil der „AMA Genussregion“ – einer Initiative zur Förderung regionaler Wertschöpfung, zum Erhalt traditioneller Landwirtschaftsstrukturen und zur Stärkung nachhaltiger kulinarischer Konzepte.

1.3.2 Verarbeitende Betriebe

Ein zentrales Element in der regionalen Wertschöpfung stellt das Bäuerliche Versorgungsnetzwerk Steiermark (BVN) dar. Beteiligte landwirtschaftliche Betriebe übernehmen zunehmend auch Verarbeitungsschritte, etwa das Waschen, Schneiden und Vorkochen von Gemüse. Ein Kartoffelbetrieb im Süden von Graz investierte in eine Schneideanlage und bietet nun verschiedene Verarbeitungsstufen an – von geschnittenen bis vorgekochten Kartoffeln –, um den Bedarf der Großküchen zu decken (Nezmah Interview 2025); (siehe unten). Andere Betriebe entwickeln ähnliche Strukturen, z.B. zur Verarbeitung von Kohlrabi, auch wenn diese noch im Aufbau sind (Nezmah Interview 2025).

1.3.3 (Groß-) Handel (Bio-Gemüse)

In der Steiermark agieren mehrere Lebensmittelgroßhandelsunternehmen mit regionalem oder biologischem Sortiment. Zu den wichtigsten Akteur*innen zählen Transgourmet Österreich, Kastner mit dem Bio-Partner BIOGAST, sowie regionale Anbieter wie Gastro Haring und Fruchtimport Überbacher (Transgourmet Österreich GmbH 2025; KASTNER Service GesmbH 2025; Gastro Haring GmbH 2025). BIOGAST gilt als führender österreichischer Bio-Großhändler für die Gastronomie und besteht seit 1999 (BIOGAST GesmbH 2025). BVN tritt ergänzend als bäuerlicher Großhändler auf, der regionale Produkte aus Bio- und konventionellem Anbau bündelt und an Großküchen liefert (Nezmah Interview 2025).

2 Beschreibung der Wertschöpfungskette

2.1 Akteur*innen der Wertschöpfungskette (Betriebe und Organisationen)

Das Bäuerliche Versorgungsnetzwerk Steiermark (BVN) ist Österreichs erste spartenübergreifende bäuerliche Genossenschaft, die speziell für die Belieferung von Großküchen, Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen und gastronomischen Betrieben gegründet wurde (Bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark eGen 2025). Der Hauptsitz befindet sich in Graz, die Mitgliedsbetriebe und Kund*innen verteilen sich über die gesamte Steiermark. Das BVN versteht sich als Schnittstelle zwischen landwirtschaftlicher Produktion, Verarbeitung und den Bedarfsträgern der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) und ersetzt damit die Funktion klassischer Großhändler – allerdings mit dem klaren Fokus auf regionale Produkte und transparente Herkunft.

Gründung und Entstehung

Die Idee zur Gründung des BVN entstand aus der Praxis heraus. Ausgangspunkt war das Forschungsprojekt „Smart Food Grid Graz“ (2017–2018), ein Smart-City-Sondierungsprojekt, das die Frage untersuchte, wie bis 2030 rund 30 Prozent der Lebensmittel für die Stadt Graz aus einem Umkreis von 30 Kilometern bezogen werden können. Im Rahmen dieses Projekts schlossen sich fünf Landwirte zusammen, die die theoretischen Ergebnisse in die Praxis umsetzen wollten (Nezmah Interview 2025).

Unterstützt durch die Landwirtschaftskammer Steiermark wurde daraufhin das BVN gegründet. Die beteiligten Landwirte waren sich einig, dass eine reine Online-Plattform für Angebot und Nachfrage nicht ausreichen würde: „Nur eine Plattform für Vernetzung reicht nicht – man muss wie ein Großhändler auftreten, sonst bestellen die Küchen weiter bei Metro oder Transgourmet“ (Nezmah Interview 2025). Das BVN übernahm daher nicht nur die Vermittlung, sondern auch die operative Verantwortung für Logistik, Lagerhaltung, Qualitätssicherung und Kundenkommunikation.

Struktur und Organisation

Das Netzwerk ist als Genossenschaft organisiert und zählt aktuell 98 Mitgliedsbetriebe, die alle über ein Stimmrecht in Angelegenheiten der Genossenschaft verfügen (Nezmah Interview 2025). Innerhalb des Netzwerks sind vier hauptamtliche Mitarbeiter*innen beschäftigt, die die operative Koordination, Kundenbetreuung, IT und Logistik verantworten.

Zu den Mitgliedsbetrieben zählen landwirtschaftliche Erzeuger*innen aus allen Teilen der Steiermark – vom Gemüsebau über Milch- und Fleischproduktion bis zu Obst- und Ackerbau. Voraussetzung für die Mitgliedschaft ist ein Nachweis über Qualität und Herkunft: akzeptiert werden das AMA-Gütesiegel, eine Zertifizierung als AMA-Genussregion oder eine Bio-Zertifizierung, zusätzlich ist die Mitgliedschaft bei einem steirischen Erzeugerverband erforderlich (Bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark eGen 2025).

Die Kontrollmechanismen sind mehrstufig aufgebaut: neben der Eigenkontrolle der Betriebe finden externe Audits durch akkreditierte Zertifizierungsstellen sowie stichprobenartige Überkontrollen statt. Die AMA-Kennzeichnung erlaubt eine vollständige Rückverfolgbarkeit: Feldstück, Erntedatum und Erzeugerbetrieb sind exakt dokumentiert (Bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark eGen 2025).

Das BVN bezieht Produkte sowohl von Bio- als auch von konventionell wirtschaftenden Landwirt*innen. Dabei erfolgen die Bündelung, Kommissionierung und Auslieferung zentral über die Genossenschaft. Ziel ist es, die Verfügbarkeit und Qualität regionaler Produkte zu sichern und gleichzeitig die Abhängigkeit der Großküchen von überregionalen Großhändlern zu reduzieren (Nezmah Interview 2025).

Sortiment und Funktionsweise

Das BVN verfügt mittlerweile über ein Vollsortiment, das Gemüse, Obst, Milch- und Fleischprodukte, Molkereierzeugnisse sowie Trockenwaren umfasst (Nezmah Interview 2025). Dabei werden auch vorverarbeitete Produkte angeboten, die speziell auf die Anforderungen der Großküchen abgestimmt sind. So entstanden beispielsweise durch Investitionen einzelner Mitgliedsbetriebe eigene Verarbeitungsstrukturen:

Ein Kartoffelbetrieb im Süden von Graz installierte eine großtechnische Schneideanlage und liefert seither vorgekochte und geschnittene Kartoffeln in unterschiedlichen Größen. Weitere Betriebe begannen mit der Verarbeitung von Kohlrabi und anderen Gemüsesorten, um den Convenience-Anforderungen der AHV gerecht zu werden (Nezmah Interview 2025).

Diese Entwicklung zeigt, dass die Mitgliedsbetriebe nicht nur Rohwaren liefern, sondern auch gezielt in Veredelung und Prozessinnovation investieren. Dadurch entstehen neue Wertschöpfungsschritte direkt im ländlichen Raum.

Das BVN hebt sich deutlich von klassischen Großhändlern ab, weil es nicht nur Waren vertreibt, sondern die Betriebe berät und weiterentwickelt – etwa bei Verpackungsgrößen, Zertifizierung oder der Anpassung an saisonale Nachfrage. So mussten Produzent*innen, die bisher Milch nur in 1-Liter-Gebinden abgefüllt hatten, auf Großgebinde umstellen, um lieferfähig für Kantinen zu werden (Nezmah Interview 2025). Gleichzeitig mussten sich Küchen und Kantinenchefs anpassen und lernen, mit Naturprodukten und saisonalen Schwankungen umzugehen (Nezmah Interview 2025).

Die Marge des BVN liegt zwischen 5 und 14 Prozent, was insbesondere für größere Betriebe wirtschaftlich attraktiv ist. Kleinere Betriebe stehen teils vor der Herausforderung, zu marktgerechten Preisen liefern zu können, da die Mengenanforderungen und Kalkulationen der AHV höhere Effizienz erfordern (Nezmah Interview 2025).

Der Bio-Anteil im Sortiment liegt derzeit mit rund 38 Prozent am höchsten bei Milchprodukten, gefolgt von Gemüse. Fleisch spielt im Sortiment eine geringere Rolle, da viele Küchen inzwischen auf vegetarische und pflanzen-basierte Gerichte umgestellt haben (Nezmah Interview 2025).

Kund*innen und Absatzpartner

Das BVN beliefert eine Vielzahl öffentlicher und privater Einrichtungen in der Steiermark. Zu den wichtigsten zählen:

- Steiermärkische Krankenanstalten (LKH Graz II, LKH Hochsteiermark, LKH Südweststeiermark, Universitätsklinikum Graz)
- Justizanstalt Karlau

- Soziale Einrichtungen und Schulen (u.a. Jugend am Werk, Fachschulen für Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft)
- Betriebskantinen großer Unternehmen (z.B. Anton Paar Sudhaus GmbH, Magna, Pankl, AK Steiermark, Steiermarkhof)
- Kirchliche und private Institutionen (z.B. Benediktinerabtei Seckau, Lebenshilfe Trofaiach, Eurogast Landmarkt)

(Nezmah Interview 2025)

Diese breite Kundenbasis macht das BVN zu einem zentralen Akteur in der steirischen Gemeinschaftsverpflegung. Der Anteil öffentlicher Einrichtungen ist besonders hoch, da diese aufgrund gesetzlicher Vorgaben des naBe-Aktionsplans bereits heute mindestens 30 Prozent Bio-Anteil einhalten müssen – ab 2030 soll dieser Wert auf 55 Prozent steigen (Nezmah Interview 2025).

Keine der belieferten Küchen arbeitet aktuell zu 100 Prozent bio, jedoch tragen die BVN-Lieferungen wesentlich dazu bei, den regionalen Anteil in der Außer-Haus-Verpflegung zu erhöhen (Nezmah Interview 2025).

Bedeutung für regionale Wertschöpfung

Das BVN übernimmt die Logistik („Last Mile“) und fungiert so als Bindeglied zwischen Landwirtschaft, Verarbeitung, Handel und Konsum, das die regionale Wertschöpfungskette schließt. Besonders hervorzuheben ist, dass es zuvor keine regionalen Großhändler*innen gab, die derart stark auf Regionalität und Transparenz fokussiert waren. Dadurch hat das BVN keine direkte Konkurrenz in der Steiermark; es steht vielmehr im Wettbewerb zu überregionalen Großhändlern wie Metro oder Transgourmet (Nezmah Interview 2025).

Ein modernes IT-System mit integriertem Webshop ermöglicht Großküchen eine einfache Bestellung – ähnlich wie bei großen Handelsunternehmen –, mit dem Unterschied, dass beim BVN jede Produktbeschreibung Informationen zur Herkunft und zu Erzeuger*innen enthält. Diese Transparenz und Nachvollziehbarkeit bilden einen zentralen Mehrwert gegenüber herkömmlichen Anbieter*innen.

Die Vorteile für die Abnehmer*innen liegen laut BVN in der gebündelten Lieferung, der hohen Ausfallsicherheit durch viele Erzeugerbetriebe, der vollen Transparenz über die Herkunft und der kontinuierlichen Qualitätssicherung (Bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark eGen 2025). Für die Landwirt*innen bedeutet die Teilnahme eine verlässliche Absatzmöglichkeit und die Einbindung in ein wachsendes, regional orientiertes Netzwerk, das zugleich Wissenstransfer und Innovation fördert.

2.2 Regionale und ökologisch erzeugte Gemüsearten (die genutzt werden)

Das BVN liefert vor allem Salate, Tomaten und Karotten aus steirischer Produktion. Kartoffeln sind für Großküchen meist nur in vorverarbeiteter Form interessant, weshalb einzelne Mitgliedsbetriebe eigene Verarbeitungsanlagen errichtet haben (Nezmah Interview 2025).

Der Fokus liegt klar auf Regionalität: Gemüse aus der Steiermark wird grundsätzlich gegenüber Bio-Gemüse aus anderen Regionen bevorzugt. Importware wird nicht eingesetzt (Nezmah Interview 2025).

3 Aufbau und Treiber der Wertschöpfungskette

3.1 Von wem wurde die Verwendung regional und ökologisch produzierten Gemüses vorangetrieben?

Die Initiative zum Aufbau des BVN ging von Landwirt*innen selbst aus, die im Rahmen der „Smart Food Grid“-Studie und mit Unterstützung der Landwirtschaftskammer den praktischen Bedarf einer strukturierten Vermarktung erkannten (Nezmah Interview 2025). Ausschlaggebend war die Erkenntnis, dass reine Plattformlösungen für Angebot und Nachfrage nicht genügen – erfolgreiche Versorgungssysteme benötigen Logistik, Verlässlichkeit und professionelle Strukturen, wie sie Großküchen von etablierten Großhändlern gewohnt sind (Nezmah Interview 2025).

Das Netzwerk setzt damit einen neuen Maßstab für regionale Lebensmittelversorgung in Österreich: Es verbindet bäuerliche Eigenverantwortung mit professionellen Distributionsstrukturen, stärkt regionale Wertschöpfung und ermöglicht zugleich öffentlichen Einrichtungen, ihren Bio- und Regionalanteil gemäß den Vorgaben des naBe-Aktionsplans zu steigern.

3.2 Erfolgsfaktoren

Ein zentrales Problem stellt die Abweichung der Warenparameter dar, die bei Naturprodukten unvermeidlich ist. Um dafür Verständnis zu schaffen, ist es wichtig, den Austausch zwischen Küchen und landwirtschaftlichen Betrieben aktiv zu fördern. Dieser gegenseitige Dialog – etwa durch Besuche auf dem Hof oder Informationsveranstaltungen – trägt entscheidend dazu bei, Wertschätzung auf beiden Seiten aufzubauen. Diese gegenseitige Wertschätzung ist laut Nezmah (Interview 2025) das A und O für eine funktionierende Zusammenarbeit.

Das BVN kommuniziert offen und transparent mit den Küchen und weist klar darauf hin, dass es aufgrund äußerer Einflüsse, wie Wetterbedingungen, gelegentlich zu Lieferproblemen kommen kann. „Da ernten wir großteils Verständnis, muss man fairerweise sagen, in den Küchen, weil wir den großen Vorteil haben, dass die wissen aus der Historie heraus, dass wir einfach von der Qualität her Topware liefern, deutlich besser als das andere – mit der Einschränkung, dass wir halt Naturprodukte haben“ (Nezmah Interview 2025). Dieses Vertrauen in die Qualität der Produkte ist eine wesentliche Grundlage für die Akzeptanz solcher Schwankungen.

Neben der offenen Kommunikation ist auch die reibungslose Funktion der Logistik und der internen IT-Strukturen entscheidend für das Gelingen des BVN. Nur wenn diese Prozesse zuverlässig ablaufen, kann die Organisation als Ganzes effizient arbeiten.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die enge Zusammenarbeit innerhalb der Region. Besonders hilfreich war dabei die Unterstützung durch die Landwirtschaftskammer, die wesentlich zur Ansprache und Einbindung der Landwirt*innen beigetragen hat. Darüber hinaus profitiert das BVN davon, dass die Landwirt*innen in der Steiermark gut in Verbänden organisiert sind. Einige der Verbandsvorstände sind zudem im Aufsichtsrat des BVN vertreten, was den Austausch und die strategische Zusammenarbeit zusätzlich stärkt (Nezmah Interview 2025).

4 Kommunikation

4.1 Kommunikation in der Wertschöpfungskette

Das BVN steht in engem und regelmäßigem Austausch mit seinen 98 Mitgliedsbetrieben entlang der Wertschöpfungskette. Bei der Aufnahme neuer Betriebe werden ausführliche Gespräche geführt, um

die spezifischen Anforderungen der Gemeinschaftsverpflegung zu klären. Im Mittelpunkt stehen dabei insbesondere Fragen zu Liefermengen, kurzfristigen Bestellungen sowie zu organisatorischen Abläufen.

Gleichzeitig pflegt das BVN einen aktiven Dialog mit Großküchen, um die Besonderheiten regionaler Produkte zu vermitteln. Ein zentrales Anliegen ist es, Verständnis dafür zu schaffen, dass es sich bei den gelieferten Waren um Naturprodukte handelt, deren Verfügbarkeit und Qualität witterungsbedingt schwanken können. In diesem Zusammenhang wird betont, dass „die Produkte aus der Region noch Naturprodukte sind und dass Lieferungen auch wetterabhängig sind“ (Nezmah Interview 2025). Ziel ist es, die Küchen schrittweise an diese Gegebenheiten heranzuführen und entsprechende Flexibilität in der Planung zu fördern.

Von besonderer Bedeutung ist dabei eine transparente und frühzeitige Kommunikation bei möglichen Lieferabweichungen. Werden Änderungen mindestens eine Woche im Voraus angekündigt, zeigen die Küchen in der Regel Verständnis und können ihre Abläufe entsprechend anpassen.

Herausfordernd gestalten sich in der Kommunikation vor allem zwei Themenbereiche: Preise und Abnahmesicherheit. Beim Thema Preis besteht ein Spannungsfeld zwischen dem berechtigten Interesse der landwirtschaftlichen Betriebe an möglichst hohen Erlösen und der Notwendigkeit für das BVN, wettbewerbsfähige Preise gegenüber den Küchen zu gewährleisten: „Aber das Preisthema ist ein konstantes, ist im Endeffekt, weil natürlich versucht ein Landwirt den besten Preis zu bekommen, verstehe ich. Das kann natürlich nicht zu Lasten des BVN gehen, das wir brauchen halt Preise, mit denen wir marktfähig sind“ (Nezmah Interview 2025).

Im Hinblick auf die Abnahme fehlt es an verbindlichen Verträgen, sodass ein gewisses Maß an Vertrauen zwischen den Akteur*innen erforderlich ist. Die Abstimmung erfolgt häufig telefonisch und basiert vielfach auf gegenseitigem Entgegenkommen. Auch kurzfristige Änderungen, etwa wenn Lieferungen nicht wie geplant erfolgen können, werden in der Praxis akzeptiert, sofern die Küchen mindestens einen Tag im Voraus informiert werden.

4.2 Wege der Kommunikation

Die Kommunikation des BVN erfolgt überwiegend telefonisch, da sich dieser Kommunikationsweg insbesondere im Austausch mit den Produzent*innen als am praktikabelsten erwiesen hat. Schätzungsweise 95 Prozent der Abstimmungen finden auf diesem Weg statt. Während das Bestellwesen in der Regel digital über Online-Systeme oder per E-Mail abgewickelt wird, erfolgt der darüberhinausgehende Austausch meist mündlich, teilweise ergänzt durch Kurznachrichtendienste wie WhatsApp (Nezmah Interview 2025).

Die Intensität und Frequenz der Kommunikation variieren dabei deutlich zwischen den einzelnen Produzent*innen. In einigen Fällen werden zu Beginn der Saison Preise vereinbart, woraufhin die Zusammenarbeit weitgehend standardisiert abläuft: Bestellungen werden übermittelt, Lieferungen erfolgen und Rechnungen werden gestellt. In anderen Fällen hingegen ist ein deutlich engerer Abstimmungsbedarf erforderlich. Wie im Interview beschrieben, gibt es Betriebe, „wo halt laufend uns abstimmen [...] und wo man teilweise bis hin zu wahrscheinlich täglich oder zweitäglich [...] die Themen haben“ (Nezmah Interview 2025). Die Kommunikationsstruktur ist somit stark von den jeweiligen betrieblichen Gegebenheiten und dem Grad der Abstimmungsnotwendigkeit abhängig.

4.3 Außenkommunikation der Verwendung von bio-regionalem Gemüse

4.3.1 In der Landwirtschaft

Die externe Kommunikation von bio-regionalem Gemüse durch landwirtschaftliche Akteur*innen erfolgt bislang eher indirekt und ist nur begrenzt institutionalisiert. Zwar sind die Mitgliedsbetriebe des BVN auf

dessen Webseite sichtbar, jedoch weisen die einzelnen Betriebe auf ihren eigenen Webseiten nur vereinzelt auf ihre Zugehörigkeit zum Netzwerk hin, sodass die gemeinsame Vermarktung nach außen nur eingeschränkt sichtbar wird. Stattdessen wird die Bedeutung bio-regionaler Produkte häufig im Kontext übergeordneter Initiativen und politischer Strategien kommuniziert. So wird etwa im Rahmen von Projekten wie „Direkt vom Bauernhof in die Großküchen und Kantinen“ die Rolle regionaler Wertschöpfungsketten sowie die direkte Belieferung der Gemeinschaftsverpflegung hervorgehoben (Nezmah Interview 2025).

Auf politischer Ebene wird die Kommunikation durch klare Zielsetzungen zur Stärkung des Bio-Anteils unterstützt. Österreich verfolgt ambitionierte Ausbauziele im Biobereich, während auf Landesebene die steirische Lebensmittelstrategie „weiß-grün“ bis 2030 darauf abzielt, die regionale und saisonale Lebensmittelproduktion zu stärken, das Bewusstsein für entsprechende Produkte zu erhöhen und die Vernetzung zwischen landwirtschaftlichen Betrieben, Großküchen und Konsument*innen auszubauen (Das Land Steiermark o.J.). Ergänzend setzt der österreichische Aktionsplan für nachhaltige öffentliche Beschaffung (naBe) verbindliche Rahmenbedingungen, indem öffentliche Einrichtungen schrittweise steigende Bio-Anteile umsetzen sollen (mindestens 30 Prozent ab 2025 und 55 Prozent ab 2030) (naBe - Aktionsplan für eine nachhaltige öffentliche Beschaffung 2025). Insgesamt zeigt sich, dass die Außendarstellung bio-regionaler Produkte weniger über einzelne Betriebe als vielmehr über Netzwerke, Programme und politische Strategien getragen wird, die die Nachfrage und Sichtbarkeit systematisch fördern.

4.3.2 In der Gemeinschaftsverpflegung

Die externe Kommunikation bio-regionaler Lebensmittel durch Akteur*innen der Gemeinschaftsverpflegung zeigt ein insgesamt heterogenes Bild und ist häufig nur schwach ausgeprägt. Während einzelne Initiativen und Veranstaltungen – wie etwa der Großküchen- und Kantinengipfel in der Steiermark – das Thema Nachhaltigkeit, Regionalität und Bio verstärkt in den Fokus rücken, spiegelt sich dies bislang nur begrenzt in der öffentlichen Darstellung der Einrichtungen wider. So wird beispielsweise auf den Webseiten der Steiermärkischen Krankenanstalten kaum auf den Einsatz regionaler oder biologischer Lebensmittel eingegangen; lediglich Bio- und Fairtrade-Kaffee wird explizit erwähnt. Auch bei anderen öffentlichen Einrichtungen wie der Justizanstalt Graz-Karlau finden sich keine Informationen zur Herkunft oder Qualität der eingesetzten Lebensmittel.

Etwas sichtbarer wird die Kommunikation im Bereich sozialer Einrichtungen und Bildungseinrichtungen, jedoch ebenfalls eher punktuell. Einzelne Anbieter wie das Bistro bzw. incafé von Jugend am Werk verweisen auf Qualitätsauszeichnungen wie den „Grünen Teller top“, der für ausgewogene und sorgfältig zubereitete Speisen steht, ohne dabei jedoch explizit den Fokus auf Bio-Regionalität zu legen. Deutlich aktiver kommunizieren hingegen Betriebskantinen großer Unternehmen ihre Ansprüche an Qualität und Herkunft. So betont etwa das Sudhaus der Anton Paar GmbH den Einsatz „hochwertiger, regionaler Zutaten von ausgewählten Produzenten“ sowie einen bewussten Umgang mit Ressourcen und Nachhaltigkeit. Auch neuere Projekte wie die Magna Mensa positionieren sich offensiv mit einem ganzheitlichen Konzept, das Regionalität, Saisonalität, Bio-Qualität sowie Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt.

Insgesamt zeigt sich, dass hauptsächlich mit Regionalität geworben wird und nicht viele Kantinen und Betriebsrestaurants auf Websites mit dem Einsatz bio-regionaler Lebensmittel werben.

5 Quellenverzeichnis

- Agrarumweltprogramm (ÖPUL) (2025): Agrarumweltprogramm (ÖPUL). Online verfügbar unter <https://www.bmluk.gv.at/themen/landwirtschaft/gemeinsame-agrarpolitik-foerderungen/nationaler-strategieplan/oepul-landingpage.html> (abgerufen am 20.10.2025).
- Bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark eGen (2025): BVN - Bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark. Online verfügbar unter <https://www.bvn.st/> (abgerufen am 11.08.2025).
- BIOGAST GesmbH (2025): Bio-Großhandel & Lieferant für Gastronomie - BIOGAST Der BIO-Pionier für Gastronomie & Großküche. Online verfügbar unter <https://www.biogast.at/fachhandel/gastronomie> (abgerufen am 24.10.2025).
- Bundeskanzleramt Österreich (2022): Umweltministerium präsentiert „Biodiversitäts-Strategie Österreich 2030+“. Online verfügbar unter <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/eu-aufbauplan/aktuelles/umweltministerium-praesentiert-biodiversitaets-strategie-oesterreich-2030.html> (abgerufen am 27.10.2025).
- Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) (2025): Ökologischer Landbau. Struktur des Öko-Landbaus. Online verfügbar unter <https://www.bmel-statistik.de/landwirtschaft/oekologischer-landbau/struktur-des-oeko-landbaus> (abgerufen am 27.07.2026).
- Das Land Steiermark (o.J.): Lebensmittelstrategie weiß-grün. Online verfügbar unter https://www.news.steiermark.at/cms/dokumente/12965528_29771102/e89d87ad/Lebensmittelstrategie1_Druck.pdf?contentonly=J (abgerufen am 15.12.2025).
- Friedl, Beate; Kaltenegger, Christina; Janisch, Dominik; Frediani, Marco; Sarcletti, Simon; Katz, Nicholas; Niederl, Andreas; Kirschner, Eric (2026): Steiermark (AT 22). In: Wirtschaftspolitisches Berichts- und Informationssystem (WIBIS). Online verfügbar unter https://wibis-steiermark.at/fileadmin/user_upload/wibis_steiermark/regionsprofile/2026-04/AT22_PRO-FIL_1_FactText_29.04.2026.pdf (abgerufen am 27.07.2026).
- Gartenbau- und Feldgemüseanbau (2022): STATISTIK AUSTRIA. Online verfügbar unter <https://www.statistik.at/statistiken/land-und-forstwirtschaft/pflanzenbau/gemuese-gartenbau/gartenbau-und-feldgemuese-anbau> (abgerufen am 12.01.2026).
- Gastro Haring GmbH (2025): Gastro Haring Wir liefern Genuss - Gastro Haring Ihr Lebensmittel Großhandel in der Steiermark. Online verfügbar unter <https://www.gastro-haring.at/> (abgerufen am 24.10.2025).
- Hiebl, Johann (2024): Klimarückblick Steiermark 2024.
- KASTNER Service GesmbH (2025): Kastner Gruppe - Kastner Österreichs größtes Gastronomie-Fachsortiment. Online verfügbar unter <https://www.kastner.at/gastronomie> (abgerufen am 24.10.2025).
- naBe - Aktionsplan für eine nachhaltige öffentliche Beschaffung (2025): naBe. Online verfügbar unter <https://www.nabe.gv.at/> (abgerufen am 15.12.2025).
- Statistik Austria (2023): Agrarstrukturerhebung 2023. Land- und forstwirtschaftliche Betriebe und deren Strukturdaten Endgültige Ergebnisse. Online verfügbar unter https://www.statistik.at/fileadmin/publications/SB_1-17-Agrarstrukturerhebung_2023.pdf (abgerufen am 27.07.2026).
- Statistik (2025): BIO AUSTRIA. Online verfügbar unter <https://www.bio-austria.at/bio-bauern/statistik/> (abgerufen am 20.10.2025).
- Transgourmet Österreich GmbH (2025): Willkommen bei Transgourmet Österreich. Transgourmet Österreich. Online verfügbar unter <https://www.transgourmet.at/> (abgerufen am 24.10.2025).
- Wein Steiermark (2024): Steiermark – Das Grüne Herz Österreichs. Online verfügbar unter <https://www.landentwicklung.steiermark.at/cms/beitrag/12651400/142970621/> (abgerufen am 13.10.2025).

Zechner, Marianne (2025b): Geografische Übersichten und administrative Einteilungen. Landesentwicklung - Land Steiermark. Online verfügbar unter <https://www.landesentwicklung.steiermark.at/cms/beitrag/12651324/142970621/> (abgerufen am 13.10.2025).

Zukunft Bio 2030 (2025): Zukunft Bio 2030. Online verfügbar unter <https://www.bmluk.gv.at/themen/landwirtschaft/bio-lw/beratung-forschung-bio/zukunftbio.html> (abgerufen am 27.10.2025).