Agrarwirt*in - landwirtschaftliche Direktvermarktung

BERUFSBESCHREIBUNG

Agrarwirt*innen für landwirtschaftliche Direktvermarktung arbeiten entweder als Selbstständige (Berater*innen), als Angestellte in landwirtschaftlichen Betrieben oder bei Erzeugungs- und Vermarktungsgenossenschaften. Sie planen, organisieren und koordinieren verschiedene Formen der Direktvermarktung von landwirtschaftlichen Produkten, wie z. B. Obst, Gemüse, Käse, Marmeladen, Brot, Fleisch, Wurst und Speck, Säfte, Wein, Schnäpse und vieles mehr.

Formen und Absatzwege der Direktvermarktung sind z. B. Bauernmärkte, Verkaufs- und Verkostungslokale direkt am Hof (ab Hof-Verkauf), Heurige und Buschenschanken, mobile Verkaufswägen und dergleichen mehr. Agrarwirt*innen für landwirtschaftliche Direktvermarktung analysieren Zielgruppen und Absatzmärkte und entwickeln dementsprechende Maßnahmen. Sie arbeiten eigenständig sowie im Team mit verschiedenen Fachkräften aus der Landwirtschaft und dem Handel und haben vor allem engen Kontakt mit Landwirtinnen und Landwirten.

Ausbildung

Für den Beruf Agrarwirt*in für landwirtschaftliche Direktvermarktung ist in der Regel eine abgeschlossene Schulausbildung mit entsprechendem Schwerpunkt, z. B. Höhere Lehranstalt für Land- und Forstwirtschaft, Handelsakademie mit landwirtschaftlichem Schwerpunkt oder ein landwirtschaftliches Studium erforderlich. Auf jeden Fall sollte während der Ausbildung ein Augenmerk sowohl auf kaufmännische (insb. Marketing, Vertrieb) als auch auf landwirtschaftliche Inhalte gelegt werden.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- landwirtschaftliche Betriebe über die Möglichkeiten der Direktvermarktung beraten und informieren
- Kundinnen/Kunden über Sortimentsgestaltung, Anbauformen und Verarbeitungsmöglichkeiten beraten
- landwirtschaftliche Betriebe analysieren: inner- und außerbetriebliche Voraussetzungen, regionale Gegebenheiten, Zielgruppen usw.
- Informationen über Fördermöglichkeiten einholen
- Konzepte zur Direktvermarktung erarbeiten, neue Absatzwege erschließen
- Verkaufskonzepte entwickeln
- Werbe- und Marketingaktionen durchführen
- Sortimente zusammenstellen, Preise kalkulieren
- Kooperationen schließen, regionale Vermarktungsinitiativen nutzen oder gründen
- landwirtschaftliche Betriebe in Richtung Direktvermarktung umstellen, z. B. Verkaufslokale am Hof einrichten
- Verkaufsräume gestalten, Waren präsentieren
- Werbe- und Infomaterialien, Prospekte, Kataloge und dergleichen erstellen
- PR-Maßnahmen durchführen, z. B. Pressemitteilungen erstellen
- Qualitätskontrollen durchführen
- Einhaltung von Hygiene- und Sicherheitsstandards kontrollieren
- Betriebsbücher, Kundenkarteien usw. führen

Anforderungen

- Anwendung generativer KI und von KI-Assistenzsystemen
- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- gute rhetorische Fähigkeit
- kaufmännisches Verständnis
- Präsentationsfähigkeit
- Repräsentationsvermögen
- Zahlenverständnis und Rechnen

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kund*innenorientierung
- Verhandlungsgeschick
- Verkaufstalent

- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Eigeninitiative
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Freundlichkeit
- Naturliebe
- Umweltbewusstsein
- Zielstrebigkeit

- gepflegtes Erscheinungsbild
- Hygienebewusstsein
- Mobilität (wechselnde Arbeitsorte)

- Koordinationsfähigkeit
- Organisationsfähigkeit
- Planungsfähigkeit
- systematische Arbeitsweise
- unternehmerisches Denken

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft