



Österreichischer Verband
für Fischereiwirtschaft und Aquakultur

Eine schwarze Null in der Karpfenteichwirtschaft – Initiativen für die Vermarktung von Karpfen

Ferdinand Trauttmansdorff und Leo Kirchmaier

Internationale Karpfenkonferenz, Ansbach, Deutschland, 2019

Obmann / Chair

Niederösterreichischer (NÖ) Teichwirteverband



Zu meiner Person – Markus Payr

- Seit 2018 Obmann der österreichweiten Dachorganisation
- Seit 2016 auch Mitglied im EU-Aquakulturrat (AAC – Aquaculture Advisory Council)
- Selbst Fischzüchter und Teichwirt in Kärnten/Österreich
- Vertreten die Sparten Forellenzucht, Karpfenteichwirtschaft und Seenfischerei



<https://www.dachverband-aquakultur.at/>

Zu meiner Person – Leo Kirchmaier



- Selbst Teichwirt -> elterliche Teichwirtschaft
- Referent für Aquakultur und Imkerei Landwirtschaftskammer NÖ

- Verbandsgeschäftsführer:
 - NÖ Teichwirteverband
 - Österreichischer Verband für Fischereiwirtschaft und Aquakultur
 - Mitglied im EU-Aquakulturberrat



Aquakulturproduktion in Österreich

Speisefischproduktion Österreichs in Tonnen 2011 bis 2016

Jahr	Lachsartige	Karpfenartige	Sonstige Süßwasserfische	Gesamtproduktion
2011	2.065,4	652,3	191,3	2.908,9
2012	2.212,5	640,4	275,5	3.128,3
2013	2.257,5	678,0	303,1	3.238,5
2014	2.393,6	628,1	371,6	3.393,3
2015	2.371,5	674,6	457,0	3.503,1
2016	2.454,6	666,3	364,6	3.485,4
2017	2.708,3	680,9	476,5	3.865,7

Zuletzt (von 2016 -> 2017) ein Plus von ca. 10 %!

Jedoch stagniert der Karpfensektor!

Quelle: Statistik Austria



Österreichischer Verband
für Fischereiwirtschaft und Aquakultur

Historische Entwicklung – kurzer Abriss

- **lange Tradition** auch in (Ost-)Österreich
- **Turbulente Entwicklung** der Karpfenteichwirtschaft in Österreich
 - Aufschwung (16.Jhd.) und Niedergang (17.Jhd.)
 - Wiederaufbau in der Nachkriegszeit ab 1947 (Teichreperaturen, Besatzmaterial)
 - Karpfenernte zur Gänze an Großhandel direkt vom Teich weg abgegeben
 - Schutzzölle sicherten Inlandsabsatz
 - Mit EU-Beitritt – gänzlich neue Bedingungen
 - Massive Investition in Direktvermarktung durch Betriebe
 - Schröpftechnik ab 1987 im Waldviertel dokumentiert und vorgestellt
 - Heute: immer weniger Besatzfischmarkt (~30%)
-> Direktvermarktung (~70 %)



Bisherige kreative Ideen

- Karpfenkirtag
- Karpfenball
- Karpfenkönigin als sog. Produkthoheit und Repräsentantin
- Karpfenexpress (entlang der Schmalspurbahn)
- Christliche Karpfenmessen
- Karpfengala
- Abfischfeste an Teichen
- Karpfenwanderungen
- Druck von Werbemitteln
- Schaffung starker Marken (Waldviertler Karpfen, Steirer Karpfen)
- Auszeichnung von Gastronomiebetrieben als Karpfenwirte usw.

...größtenteils rein aus Eigenmitteln der Verbände finanziert



Intensivierung der Vermarktungstätigkeiten

- Möglichkeiten nutzen:
Beantragen von Fördermitteln im Rahmen des EMFF
- z.B. alleine der NÖ Teichwirteverband **investiert 300.000 Euro** in die Vermarktung
(größtenteils in Zusammenarbeit mit Firmen aus der Region)

Zu aller erst:

- **Auftragsstudie** um herauszufinden
 - Wie denkt und was weiß der Konsument über Karpfen?
 - Zusammenarbeit mit dem Marketing Campus Wieselburg (Fachhochschule)



Inhalte Auftragsstudie – Karpfenkonsum

- Österreicher sind klassische „Schnitzeleser“
- Trotz Ernährungsempfehlung von 2 x pro Woche Fisch, kommen nur rund 18 % auf zumindest 1 x pro Woche
- Wenig Erfahrung in der Zubereitung von Karpfen
-> **Convenience Produkte** immer mehr gefragt
- **One-Stop-Shop** besonders attraktiv (aber nicht immer im Angebot im Handel), auch Märkte und Fischzüchter selbst

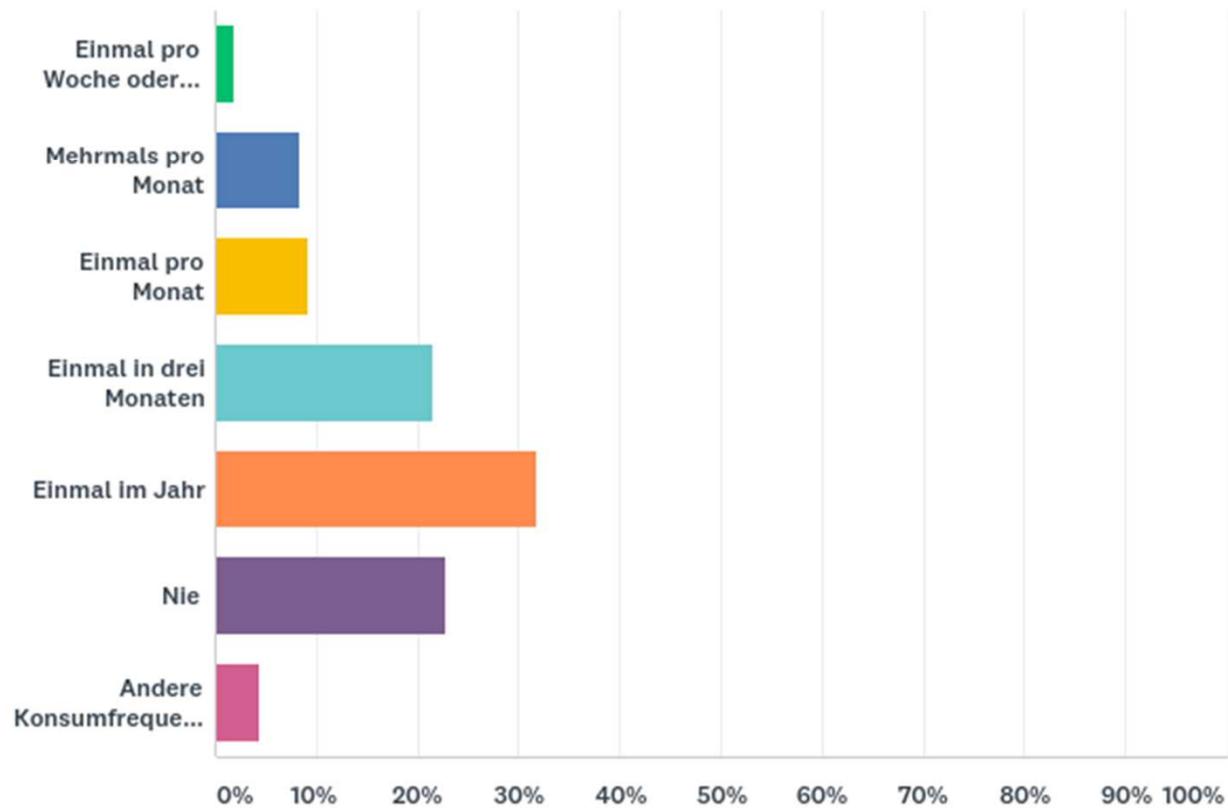
Inhalte Auftragsstudie – Karpfenkonsum

- ~ 10 % sind generell keine Fischesser, oft schlechte Erfahrungen mit Fisch im Elternhaus gemacht
- Von Fischessern haben aber nur ~70 % Karpfen schon einmal gekostet (!!)-> großes Potential, vor allem bei jüngerer Bevölkerung
- Generell sehr wenig über Teichwirtschaft bekannt
 - Welche Fischarten werden produziert?
 - Wie sind die Teiche entstanden?
- Aber: Sehr positive Wahrnehmung der Teichwirtschaft
 - Ökologische Aspekte, Erholungsfunktion

Endbericht Karpfenkampagne (2019); Salzmann, S. (in prep.)

Inhalte Auftragsstudie – Karpfenkonsum

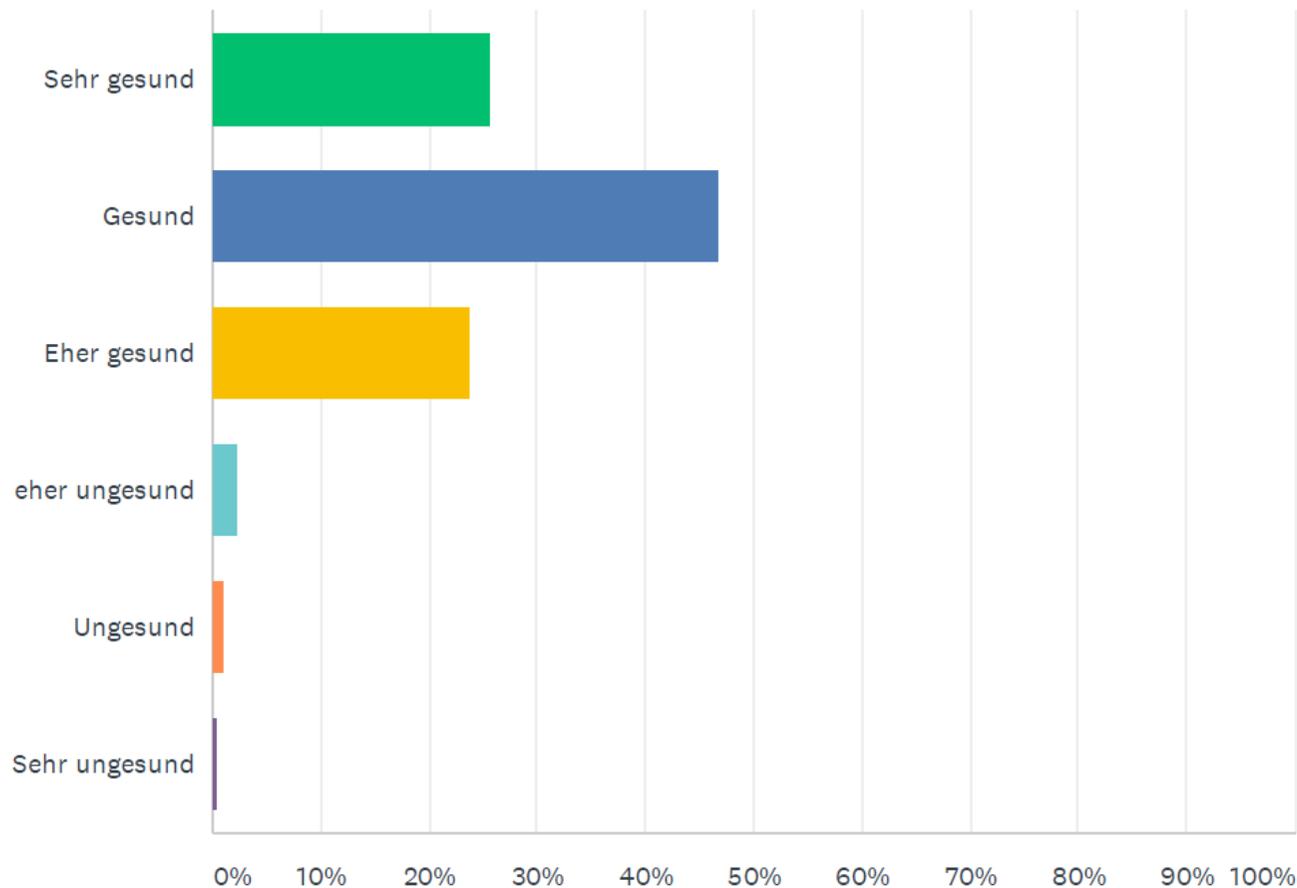
Wie oft essen Sie "Waldviertler Karpfen"? (zu Hause + im Restaurant)



Inhalte Auftragsstudie – Karpfenkonsum

Q11 Sie empfinden den Konsum von Karpfen als ...?

Answered: 273 Skipped: 0



Salzmann, S. (in prep.)

Gründe GEGEN einen Karpfenkonsum

Diejenigen, die keinen Karpfen essen sagen,..

- Nach wie vor **negatives Image**
 - „letteln“ / schmeckt schlammig
 - Gräten stören
 - Fett
 - Mangelnde Verfügbarkeit / regionales Angebot
 - Fehlendes Wissen über Zubereitung
 - Schlichtweg, es gibt keinen besonderen Grund
- Qualität / Qualitätsmarken
- Großes Potential

Weniger ein Argument des **Preises**

Karpfen gilt als Leitprodukt in einigen Regionen

- so **wird der Karpfen**, neben anderen landwirtschaftlichen Produkten wie Kartoffeln und Mohn **klar mit der Region Waldviertel** in der Bevölkerung **assoziiert**
- Die Waldviertler Karpfenteichwirtschaft trägt auch klar zur **positiven öffentlichen Wahrnehmung** als sanfte Tourismusregion bei

(Schwienbacher 2018; Blasl 2019)



Best Practise Beispiele

- Kochbuch, Kinderbuch, Kinderspiel
- Innovative Infotafeln
- Karpfengala
- Gute Wahl: Fisch (!)

Wichtig: Verschneidung der einzelnen Projekte

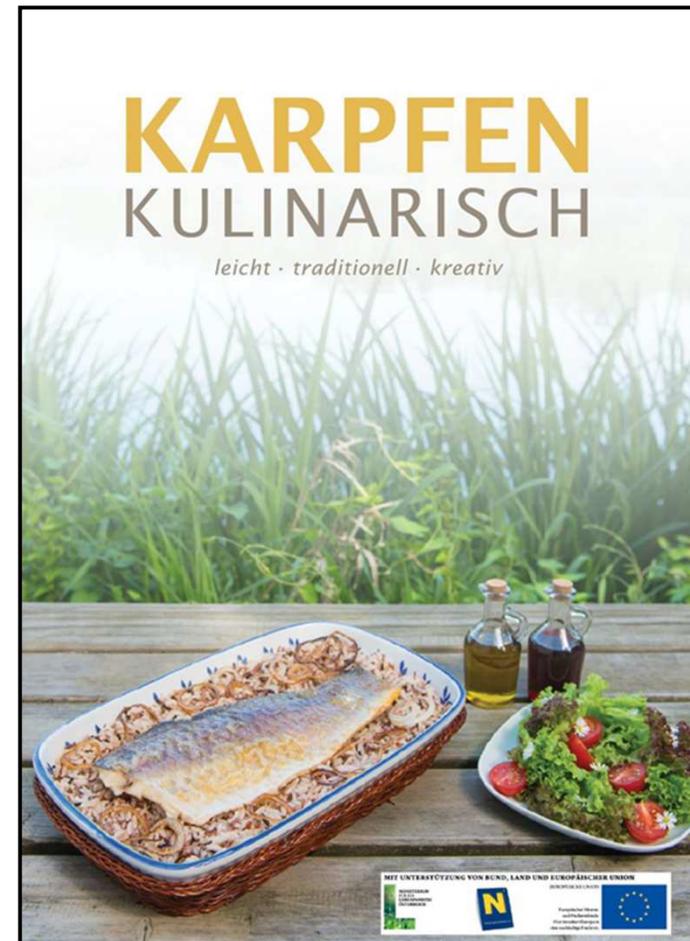
Kinderbuch, Kinderspiel

- Bei den Jüngsten ansetzen
- Begriffe aus der Teichwirtschaft spielerisch lernen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Konsumenten der Zukunft



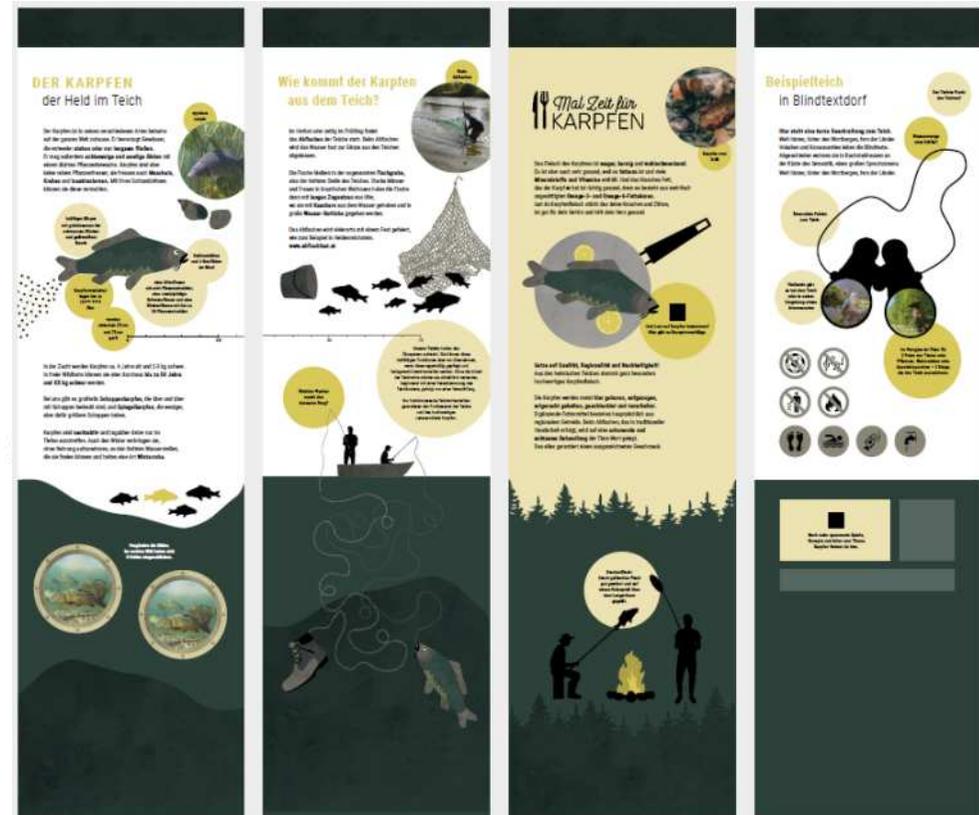
Kochbuch

- Aufzeigen von Zubereitungsmöglichkeiten
- + allgemeine Info über Teichwirtschaft
- Ausgabe bei Messen, Abfischfesten, Hofläden der Teichwirte, Internetbestellung, ..



Innovative Infotafeln

- **72 Infotafeln** an Teichen in ganz Österreich
- 2 m hoch, 4 Seiten, Säule
- Bereich für Kinder
- 3 allgemeine Seiten über Teichwirtschaft
- 1 teichspezifische Seite



Innovative Infotafeln

- Schwierigkeit:
 - Finden der „werbewirksamsten Teiche“
 - Synergien nutzen von Wanderwegen, Radwegen, Abfischfesten, Badeplätzen, ...
 - Erhebung der teichspezifischen Daten mittels Online-Fragebogen

Innovative Informationstafeln Teichwirtschaft

Willkommen bei unserem Online-Fragebogen!

Die Antworten dieses Fragebogens sind Grundlage für die inhaltliche und grafische Gestaltung der Informationstafel, die individuell für ihren Teich angefertigt werden wird. Wir bitten daher darum, die Fragen so ausführlich, wie möglich zu beantworten und uns Foto- und Kartenmaterial in bestmöglicher Auflösung zur Verfügung zu stellen.



1. Fragen im E-Mail Anhang oder auf dieser Website genau durchlesen.
2. Alle Antworten ausführlich überlegen und eintippen, Fotos, Karten, Texte vorweisen.
3. Sich Zeit dafür nehmen die Fragen hier im Onlinefragebogen zu beantworten.
4. Zusätzliche Daten (Karten, Fotos, Artikel, usw.) im Uploadbereich hochladen.

Kontaktdaten Teichwirt

Name*

Adresse*

Telefon*

E-Mail*

Der Teich

Name

Standort

Technische Daten des Teiches

Flächenmaßl Wasserfläche

Info zur Verlandungszone

Wasserleite im Durchbruch

Mehrere Wasserleite

Info zum Ablasssystem (Zapfen, Zapfenloch, Misch, Rechts,...)

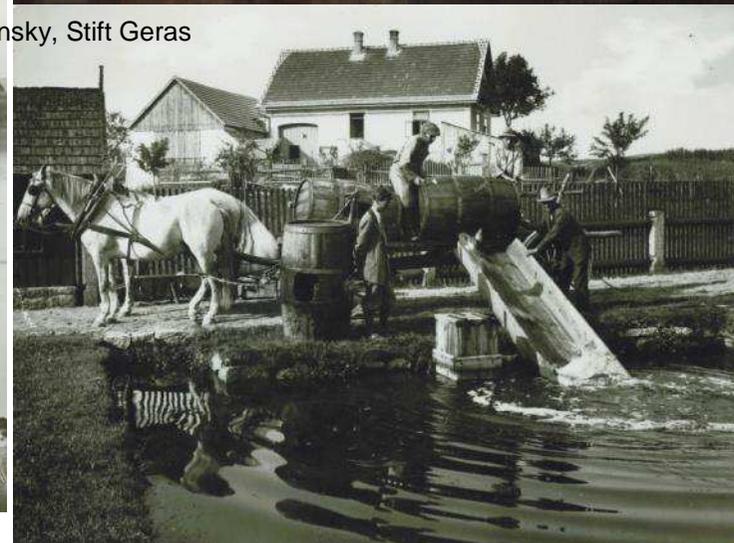
Zusatz/Wasseranregung des Teiches, Teich im Haupt- oder Nebensitzort?

Innovative Infotafeln

- Vor allem teichspezifische Informationen bieten Chancen:
z.B. historische Details



© Forstamt Kinsky, Stift Geras



Karpfengala

KARPFEN-GALA



Eine Genusssymphonie des Karpfens



Karpfengala

KARPFEN-GALA

Ort

- Hotel Sole Felsen-Bad (Waldviertel)

Zeit

- Donnerstag, 28.11.2019
- Beginn: 17:00
- Ende: 23:00

Gäste

- Spitzengastronomen
- Gastronomen
- Presse- bzw. Medienvertreter
- Politiker & Beamte des Landes
- Vorstandsmitglieder des Teichwirteverbandes

Anzahl

- 75 – 100 Personen



© Hotel Sole-Felsen-Bad
Betriebsführungs-GmbH



Karpfengala

KARPFEN-GALA

Ablauf

- Sektempfang
- Begrüßung
- 6-Gänge-Menü
im Wechselspiel mit Vorträgen
- Musikalischer Ausklang
- gemütliches Netzwerken



Karpfengala

POSTKARTEN

MASSNAHME

Postkarten als Werbemittel

ZIEL/ZWECK

Vorurteile aufheben & Informationen auf humorvolle Art vermitteln

ZIELGRUPPE

Endverbraucher, Köche & Gäste der Gala

INHALT

- Witzig formulierte Sprüche, angelehnt an Bauern-Regeln
- Karte enthält Auflösung und Detailinformationen auf Rückseite
- Thematiken:
 - Teichwirtschaft
 - Karpfen & seine Vorurteile



Karpfengala

POSTKARTEN

UMSETZUNG

*Seine Vorurteile macht
er wett, denn der
Karpfen ist nicht fett!*

Eine Gemeinsamkeit
des Karpfens

KARPFEN POST

Karpfen ist nicht so fett, wie man es ihm nachsagt!
Sein Fettanteil beträgt zwischen **4 und 8 Prozent**,
während Lachs im Vergleich mehr als doppelt so fett ist.
Die **Fettsäuren** des Karpfens sind zudem
äußerst hochwertig und machen ihn zu einem
sehr gesunden Fisch.

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Nachhaltigkeit und
Tourismus.



 Europäische Meeres-
und Fischereipolitik
Wir machen Europa fit
für nachhaltige Fischerei.

86



Österreichischer Verband
für Fischereiwirtschaft und Aquakultur

Karpfengala

POSTKARTEN

UMSETZUNG

*Die Teichwirt-
Herzen höher pochen,
wenn im Herbst
die Teiche kochen.*

Eine Genusskomponente
des Karpfens

KARPFEN POST

Im Herbst werden traditioneller Weise die Karpfenteiche in Österreichs Teichregionen abgelassen. Dabei werden die Fische in großen Netzen zusammengetrieben, wodurch es so aussieht, als ob der **Teich kochen** würde. Anschließend werden die Fische händisch heraus **gekeschert** und in Hälteranlagen mit Frischwasser für den Verkauf transportiert.

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Nachhaltigkeit und
Tourismus



87



Österreichischer Verband
für Fischereiwirtschaft und Aquakultur

Gute Wahl: Fisch (!)

Gute Wahl: Fisch!

Informationsplattform

Informationen zu unterschiedlichen Themenbereichen:

- Qualität und Nachhaltigkeit
- Heimische Fischarten
- Herausforderungen in der Produktion (z.B. Prädatoren, Klimawandel)
- Ökosystemleistungen der Fischerei und Aquakultur
- Kulinarisches
- u.s.w.

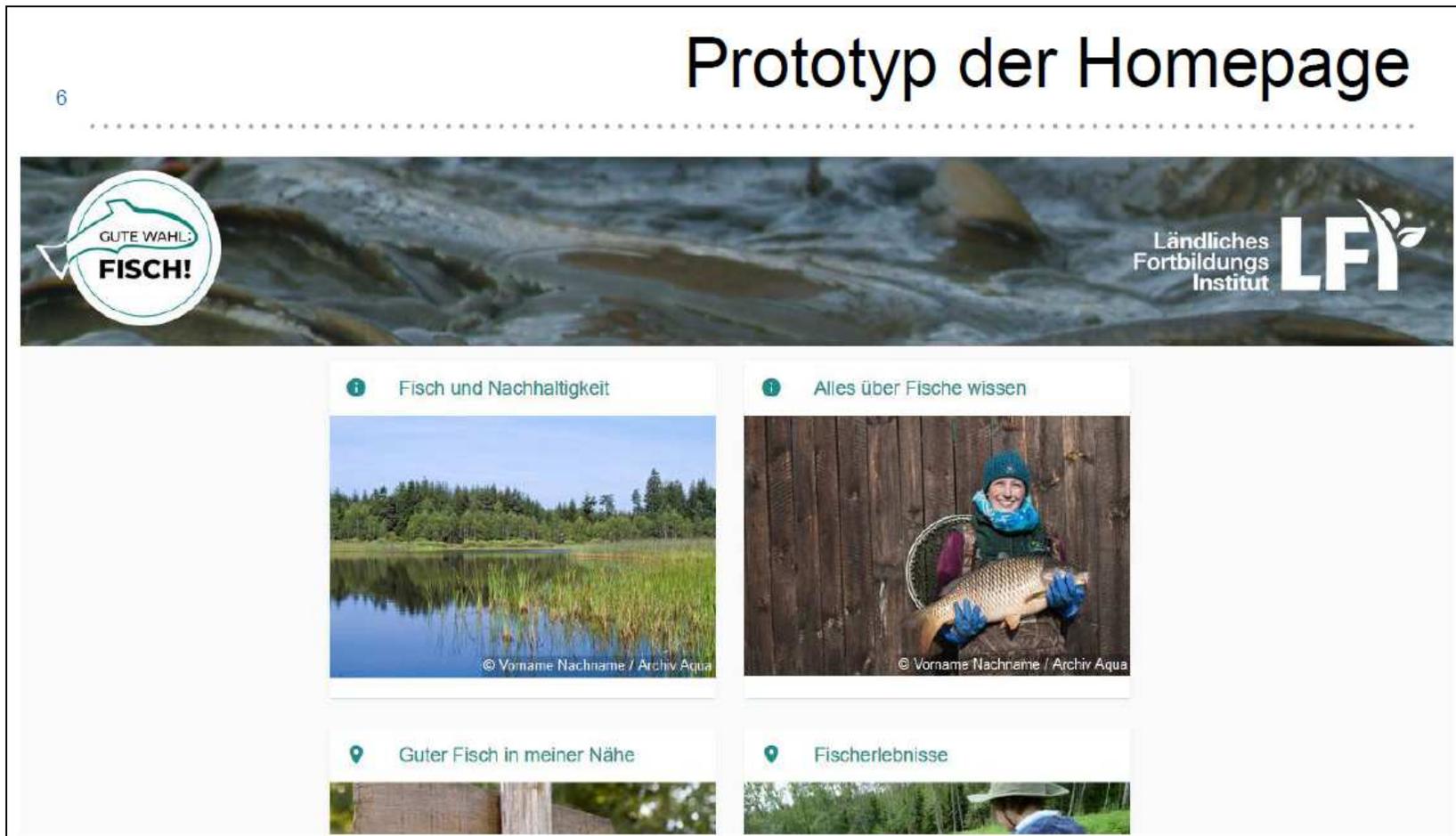
Vermarktungsplattform

Wo bekomme ich nachhaltig produzierten Fisch in meiner Nähe?

- Suchfunktion nach unterschiedlichen Kriterien, z.B. Fischart, Standort, Bio
- Keine Schaffung neuer Labels
- Definition von betrieblichen Kategorien
-> Ziel: Differenzierung unterschiedlicher Produktionsformen
- Inkl. Handel und Gastronomie
- **Kostenfrei, keine Verpflichtung, keine Mitgliedschaft**



Gute Wahl: Fisch (!)



Gute Wahl: Fisch (!)

7

Prototyp der Homepage



GUTE WAHL: FISCH!

Ländliches Fortbildungsinstitut **LFI**

Fisch-Gerichte



© Vorname Nachname / Archiv Aqua

Fisch kochen



© Vorname Nachname / Archiv Aqua

 **Österreichischer Verband**
für Fischereiwirtschaft und Aquakultur

[Impressum](#)
[Über uns](#)

Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Nachhaltigkeit und
Tourismus

EMFF
2014 – 2020

 Europäischer Meeres-
und Fischereifonds
Das Wachstum Europas ist
uns wichtiger als je zuvor.

Gute Wahl: Fisch (!)

Prototyp der Homepage

9

Suche

Suchbegriff

Ort

km

50

Produktion

- Forellenzucht
- Teichwirtschaft...
- Wildfang
- Bio
- Kreislaufanl...
- Fisch-Erlebnis

Ländliches Fortbildungsinstitut LFI

Hat der Karpfen in Österreich eine Zukunft?

.... seitens der Verbände sagen wir:

JA / YES



© Florian Kainz/Archiv Aqua

**Nachhaltig
Gesund
Schmeckt gut**



Österreichischer Verband
für Fischereiwirtschaft und Aquakultur

Studien

- Schvienbacher (2018): Bestimmung regionaler Leitprodukte und des regionalen Potenzials zur Bildung einer Regionalmarke für Lebensmittel am Beispiel des Waldviertels mittels SWOT-Analyse und ExpertInneninterviews, Masterarbeit, Universität für Bodenkultur Wien, 164 Seiten.
- Blasl (2019): Motive zum Kauf regionaler Lebensmittel aus dem Waldviertel – Eine Means-End-Chain Analyse. Masterarbeit, Universität für Bodenkultur Wien, 98 Seiten.
- Zwischenbericht Karpfenkampagne <https://www.teichwirteverband-noe.at/karpfenkampagne-geht-in-die-umsetzungsphase+2500+2934421>

