

EXPORTPLUS VON FAST 3 % TROTZ HERAUSFORDERNDEN UMFELDS

Zuversicht bei Agrarexporten

Die aktuellen Außenhandelszahlen weisen für das erste Halbjahr 2015 Agrarexporte in der Höhe von knapp 5 Mrd. Euro aus. Das entspricht einem Plus von fast 3 % gegenüber der Vorjahresperiode.

Das vergangene Jahr stellte die gesamte europäische Lebensmittelwirtschaft vor herausfordernde Situationen. Dies setzte sich im ersten Halbjahr 2015 fort. Trotzdem schaffte die österreichische Agrarwirtschaft in den ersten sechs Monaten ein Exportplus. „Die 20-jährige Erfolgsgeschichte und der Aufwärtstrend werden damit fortgeschrieben, wenn auch nicht im Tempo der vergangenen Jahre“, erklärt Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing. Deutschland ist und bleibt mit 3,35 Mrd. Euro Exportvolumen wichtig-



AKTUELLE ENTWICKLUNGEN DER AGRAR- UND LEBENSMITTELEXPORTE 2015:
Katharina Kossdorff, Fachverband der Lebensmittelindustrie, und Michael Blass, Geschäftsführer AMA-Marketing

Foto: Foto: AMA/APA/Schedl

ter Handelspartner, gefolgt von Italien.

Exporte mit Deutschland bleiben auf hohem Niveau

Käse ist in Deutschland weiterhin Exportschlager unter den ausgeführten landwirtschaftlichen Spezialitäten. Nach einem beeindruckenden Plus von

13,5 % im Vorjahr haben die österreichischen Käsereien in den ersten sechs Monaten das hohe Niveau gehalten. Wurst, Schinken, Speck und andere Fleischzubereitungen stehen nach wie vor auf Platz zwei der Ausfuhren, stockten aber im ersten Halbjahr leicht. Die Exporte von Rindfleisch halten auf gleichem Niveau. Bei Obst gab es im Außenhandel mit

Deutschland ein Minus von 16 %. Die Bugwelle der Auswirkungen durch die russischen Sonderwirtschaftsmaßnahmen im vergangenen Sommer hat die heimischen Apfelproduzenten in starke Bedrängnis gebracht. „Wir hoffen auf ein starkes Jahresendgeschäft und sind überzeugt, dass sich österreichische Güte langfristig durchsetzen wird“, ist der Chef der AMA-Marketing zuversichtlich.

Heimmarkt: Regionalität und Frische ziehen

Positive Entwicklungen am Heimmarkt schaffen ein wichtiges Standbein für die österreichische Lebensmittelwirtschaft. Seit Längerem steigt der mengenmäßige Absatz von Frischeprodukten im Handel wieder. Vor allem Käse, Obst und Gemüse entwickeln sich sehr gut, Fleisch, Wurst und Schinken halten ihr Absatzniveau bzw. stiegen im ersten Halbjahr leicht an.

AMA-Kampagne

Für mehr Wertschätzung

Die AMA startet im Herbst eine neue Kampagne, die die Leistung der Land- und Lebensmittelwirtschaft und deren Mehrwert vor den Vorhang stellt. „Wir wollen damit das Wertebewusstsein für jene Nahrungsmittel stärken, die aus regionalen Kreisläufen stammen und unter strengen Auflagen entstehen. So produzierte Lebensmittel verdienen unsere Wertschätzung ganz besonders“, erklärt Michael Blass, Chef der AMA-Marketing.

KONSUMENTEN KÖNNEN NACHPRÜFEN, WOHER DAS EI STAMMT

Eierdatenbank bringt Transparenz

Knapp 6 Mill. Legehennen werden in Österreich gehalten und damit 84 % des heimischen Eierbedarfes gedeckt. Knapp 80 % der Eier werden im Lebensmitteleinzelhandel gekauft, der Rest auf Märkten, ab Hof oder durch Zustellung direkt vom Bauern. Den Löwenanteil nach Haltungsformen nimmt mengenmäßig die Bodenhaltung mit 67 % ein, 23 % entfallen auf Freilandhaltung, 10 % auf Bio-Haltung. Bei wenigen Produktgruppen



4,10 EURO gibt ein Haushalt pro Monat durchschnittlich für Eier aus.

Foto: AMA-Marketing

liegt der Bioanteil im Lebensmittelhandel so hoch wie bei Eiern. In Österreich darf kein Frisch-Ei aus dem AMA-Gütesiegel-Programm den Bauernhof ohne Stempelung verlassen. Konsumenten können selbst nachprüfen, woher das Ei stammt. Mithilfe des „Quick-Egg-Checks“ erhält man nach Eingabe der Kennzeichnung auf dem Ei Auskunft über den Legehennenbetrieb und die Haltungsform der Tiere. www.eierdatenbank.at