

Genügend Eier für den Osterhasen zur Verfügung

„Die österreichischen Eier-Produzenten können genug Frischware für den Osterhasen zur Verfügung stellen“, versicherte der Obmann der Erzeugergemeinschaft Frisch (EZG Frischei), Franz Kirchweger, Anfang der Woche in einer Pressekonferenz in Wien. Auch genügend Freiland-Eier seien vorhanden, um die Konsumenten über die Osterfeiertage zu versorgen. Die aufgrund der Vogelgrippe verhängte Stallpflicht endete am 25. März. Durch Wintergärten und Zelte konnten aber genügend Legehennen im Freiland gehalten werden, um vor und auch nach Ostern Eier aus Freilandhaltung anbieten zu können, erklärte Kirchweger.

Österreichpaket

Der EZG Frischei-Obmann wies auch daraufhin, beim Einkauf von Frischeiern, „auf das Österreichpaket zu vertrauen“. Eier mit dem AMA-Gütesiegel würden den Konsumenten größtmögliche Sicherheit geben. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf Herstellung, Hygiene, Kennzeichnung und Dokumentation. „Das sorgt für beste Qualität, Tiergesundheit, Tierwohl und Transparenz für die Konsumenten“, betonte Kirchweger.

Herkunftsinteresse

AMA-Marketing-Geschäftsführer Michael Blass hob ebenso hervor, dass Tierschutz als Einkaufskriterium für die Konsumenten immer bedeutender werde. Die AMA-Marketing wolle deshalb das Bewusstsein dafür stärken, was die heimischen Geflügelhalter erbringen und garantieren. Das Interesse an der Eierdatenbank sei zudem sehr groß. „360.000 Konsumenten haben in der Ostertagezeit 2016 den Code auf dem Ei abgefragt. Für heuer erhof-

fen wir ähnlich großes Interesse“, so Blass. Den Trend hin zu mehr Transparenz bei der Lebensmittelherkunft bestätigte auch LK Österreich-Generalsekretär Josef Plank. Einerseits wünschten dies die Konsumenten, andererseits sei Transparenz angesichts von einer Million importierten Eiern täglich ein Gebot der Stunde, so Plank.

Einen fairen Wettbewerb könne nur eine transparente Herkunftskennzeichnung ermöglichen, zeigte sich Plank überzeugt und verwies auf die Initiative der LKÖ „Gut zu wissen“. Sie zielt darauf ab, die Kennzeichnung von Fleisch und Eiern in der Außer-Haus-Verpackung zu verbessern, vor allem was die Großküchen der öffentlichen Einrichtungen betrifft.

Großküchen

Mit gutem Beispiel voran geht dabei der Küchenleiter der NÖ-Pflegeheime, Werner Panagl, der auch Präsident der Arge Großküchen Österreichs ist. In seinen Küchen werden ausschließlich österreichische Eier verwendet. Auch das Flüssig- und Trockenei stammt von heimischen Betrieben. Auf den Speiseplänen der Heime wird die Herkunft der Lebensmittel ausgelobt. Panagl weiß aus Erfahrung: „Vor allem die Angehörigen wollen wissen, was ihr Vater oder ihre Mutter im Heim zu essen bekommt. Sie fragen aktiv nach.“ Qualitätskriterien wie die Herkunft oder auch Umweltzertifikate würden dabei eine immer größere Rolle spielen, so Panagl. Durch das Best- statt Billigstbieter-Prinzip können öffentliche Auftraggeber neben dem Preis nun auch Qualitätskriterien für ihre Lebensmitteleinkäufe festlegen. Dadurch soll mehr heimische Ware in den Großküchen der Nation verkauft werden. EVA ZITZ

Butterabsatz stabilisiert den Milchmarkt

Helmut Petschar, Präsident der Vereinigung Österreichischer Milchverarbeiter bewertete das Jahr 2016 als „Härtetest für die heimische Milchwirtschaft“. Der Start in das laufende Jahr stand demgegenüber unter besseren Vorzeichen.

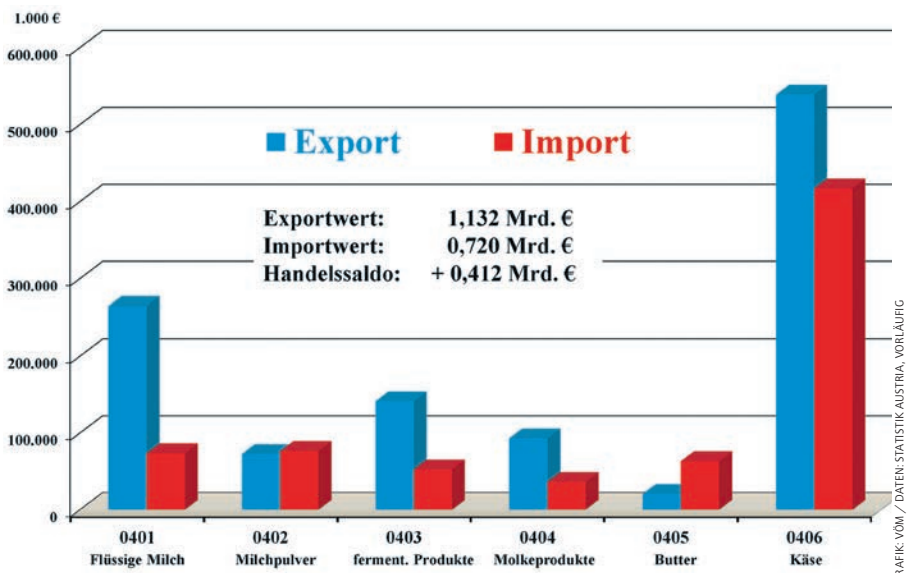
HANS MAAD

Die „Molkerei Österreich“ konnte im Jahr 2016 ihren Gesamtumsatz um 4,3 Prozent steigern. Nominell gesehen erwirtschafteten Österreichs Molkereien in Summe somit einen Umsatz von 2,45 Mrd. Euro. Was auf den ersten Blick erfreulich klingt, ist jedoch der Ausdruck der ganz besonderen milchwirtschaftlichen Herausforderungen des Vorjahrs. Helmut Petschar, Präsident der Vereinigung Österreichischer Milchverarbeiter (VÖM), nahm dazu am Dienstag dieser Woche im Rahmen der jährlichen VÖM-Jahrespressekonferenz vor Journalisten in Wien Stellung.

Interventionsankäufe und Milchpaket

Laut Petschars Analyse war das Jahr 2016 von einem starken Mengendruck geprägt. Gut ein Jahr nach dem Auslaufen der Quotenregelung habe die durchschnittliche Tagesanlieferung im April und Mai 2016 mit rund 9600 Tonnen absolute Spitzenwerte erreicht. Über das gesamte Jahr 2016 gesehen lag die Milchlieferung in Österreich mit 3,2 Mio. Tonnen um drei Prozent über den Mengen von 2015. Österreichs Molkereien haben mit verstärkten Verarbeitungs- und Vermarktungsanstrengungen das erhöhte Mengenaufkommen bewältigt. Gegenwind gab es allerdings durch Preisdruck aus dem Lebensmittelhandel. Spürbar waren hier vor allem Importe von flüssigen Milchprodukten und von Butter. Die preisgünstige Importware kommt vor allem bei den Eigenmarken im Preiseinstiegssegment zum Verkauf. Petschar: „Die günstige Importware entspricht nicht den heimischen Qualitätsanforderungen (z. B. GVO-freie Milch). Zudem werden die Konsumenten

POSITIVER SALDO IM AUSSENHANDEL



Der Saldo für Export und Import von Milchprodukten war im Jahr 2016 mit rund 412 Millionen Euro positiv. Die Exportquote der heimischen Molkereien fiel von 2015 auf 2016 wertmäßig um rund drei Prozentpunkte zurück auf 46,2 Prozent.



Helmut Petschar: „Wir setzen weiterhin auf die Qualitätsstrategie.“

gegenüber der Käsekonsum, der in den zurückliegenden fünf Jahren von 19 auf rund 21 kg/Jahr gestiegen sei. Auch im Export ist der Käse mit 143.000 Tonnen (+5,2 %) bzw. einem Umsatz von 539 Mio. Euro das wichtigste Zugpferd. Die Exportquote der heimischen Milchwirtschaft betrug 2016 wertmäßig 46,2 Prozent.

Das große Mengenangebot im Vorjahr habe auch zu rückläufigen Erzeugermilchpreisen geführt, so Petschar. Im Oktober 2015 habe aber eine bis heute andauernde Trendumkehr eingesetzt. Immerhin sei es den heimischen Molkereien gelungen, im Durchschnitt aller Qualitäten den Auszahlungspreis um etwa drei Cent/kg über dem EU-Vergleichswert zu halten. Hierbei sei zu beachten, daß Österreich aufgrund der viel kleineren Struktur Mehrkosten bei Logistik und Anfuhr habe, für die kein Ausgleich bestehe. Summa summarum habe die heimische Milchwirtschaft die Milchkrise des Vorjahrs vergleichsweise gut gelöst. Zugute gekommen sei dabei die bereits seit etwa zehn Jahren eingeschlagene Qualitätsstrategie. Mit GVO-Freiheit und Programmen wie Heu- und Wiesenmilch oder auch mit Bio gelinge es der Milchwirtschaft, Marktanteile und Erlöse zu sichern.

RollAMA: frisch und einfach wird gekauft

Die großen Trends hin zu Frische und Convenience bleiben bestehen. Die Einkaufsfrequenz nimmt weiter ab. Das ergab die Rollierende Agrarmarkt Analyse (RollAMA), die jährlich das Einkaufsverhalten der Österreicher untersucht.

EVA ZITZ

Die Österreicher wollen frische, natürliche und möglichst einfach zu verarbeitende Lebensmittel. Das zeigt die jährliche Auswertung der Haushaltsausgaben für den Lebensmitteleinkauf der RollAMA.

Besonders im Trend liegen vorgefertigte Lebensmittel wie geschnittene Käse- oder Wurstscheiben. Die Konsumenten greifen auch immer

öfter zu vorbereitetem Gemüse. Auch die längere Haltbarkeit von Milch empfinden die Konsumenten als praktisch. Das erklärt den Siegeszug der ESL-Milch.

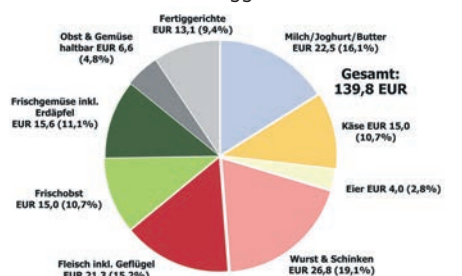
Die Umsätze von Frischeprodukten sind 2016 leicht gestiegen. Die mengenmäßig stärksten, heimischen RollAMA-Produkte sind Milch, Erdäpfel und Äpfel, die umsatzstärksten Schnittkäse, Schweine- und Rindfleisch sowie Schinken. Die Einkaufsfrequenz sinkt jedoch weiter. 2016 gingen die Konsumenten im Schnitt zehn Mal weniger pro Jahr einkaufen als 2011.

Einkäufe ab Hof nehmen zu

Dafür steigt die Einkaufsfrequenz ab Hof: 2016 gaben die Haushalte um

AUSGABEN

Monatliche Haushaltsausgaben für frische Lebensmittel und Fertiggerichte



ROLLAMA/AMA-MARKETING QUELLE: GfK AUSTRIA/KEYQUEST MARKTFORSCHUNG

50 Prozent mehr direkt beim Bauern aus als noch vor sechs Jahren. Durchschnittlich gibt ein Haushalt 140 Euro pro Monat für Frischeprodukte (exklusive Brot und Gebäck) und Fertiggerichte aus.



Setzen sich sowohl beim Osterei als auch beim Einkauf in öffentlichen Großküchen für heimische Eier ein (v. l.): Arge Großküchen-Präsident Werner Panagl, AMA Marketing-GF Michael Blass, EZG Frischei-Obmann Franz Kirchweger und LKÖ-Generalsekretär Josef Plank.