

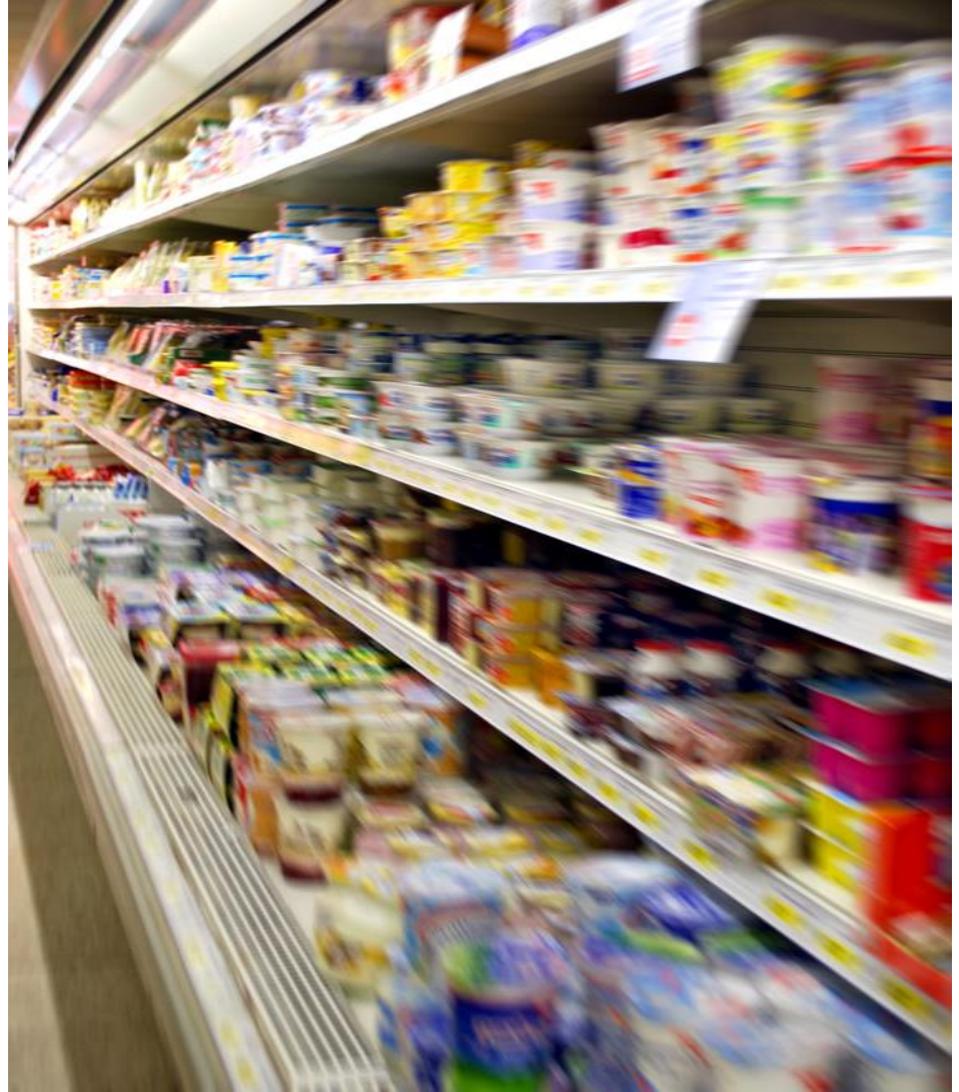
Herkunft muss erkennbar sein

Martin Greßl

Leiter Qualitätsmanagement der AMA-Marketing

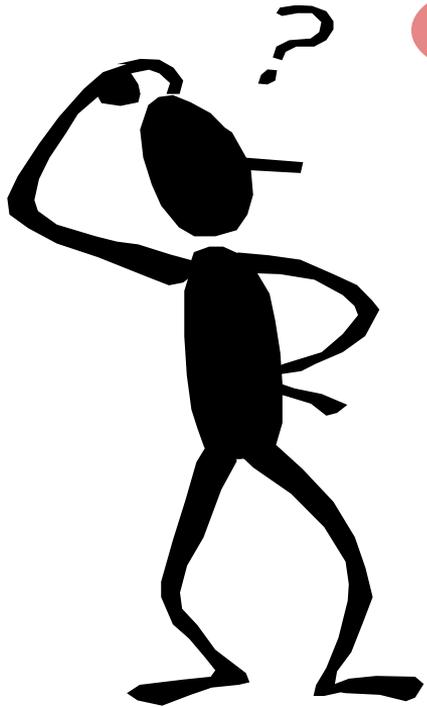
Linz, am 11. Mai 2016





Global food





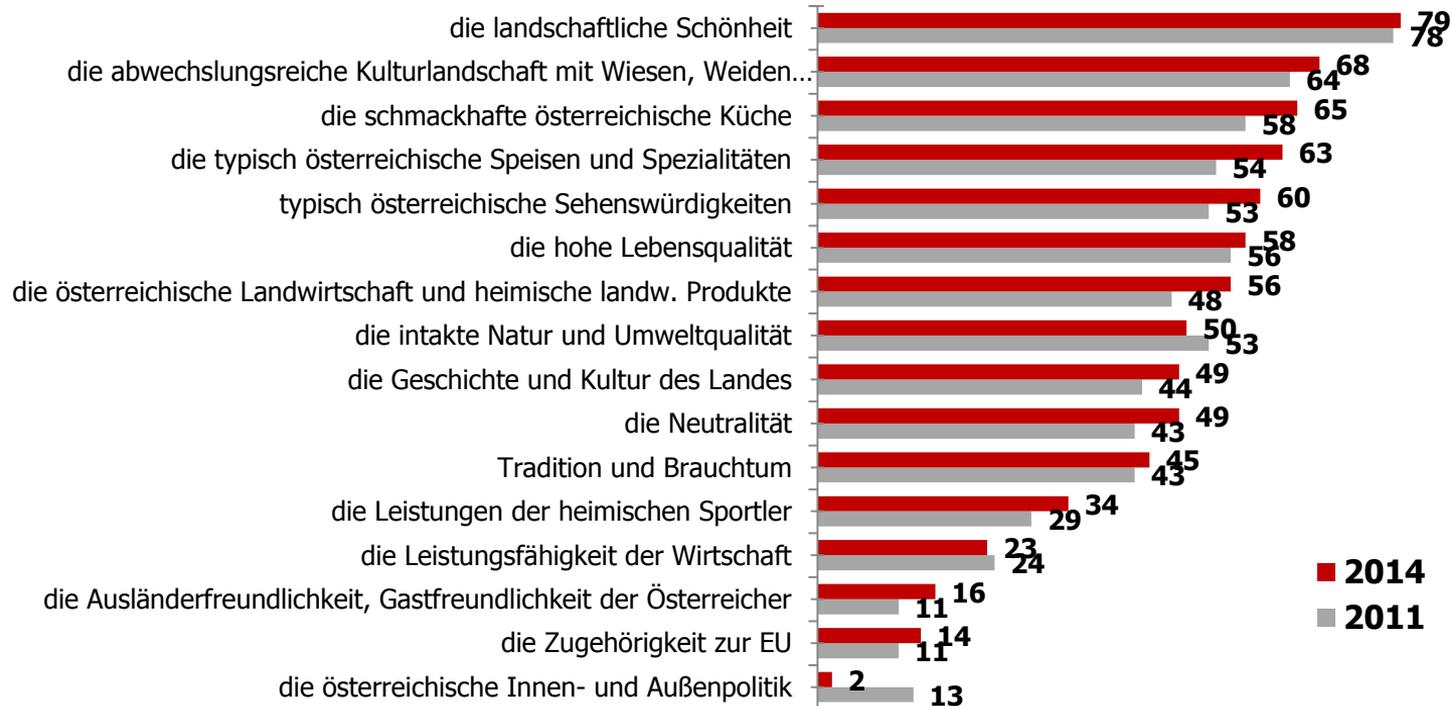
**Wem kann ich
vertrauen?**

Regionalität gibt Sicherheit

- Grundvertrauen in die Land- und Lebensmittelwirtschaft
- Grundvertrauen in Überwachung- und Lebensmittel-Sicherheit

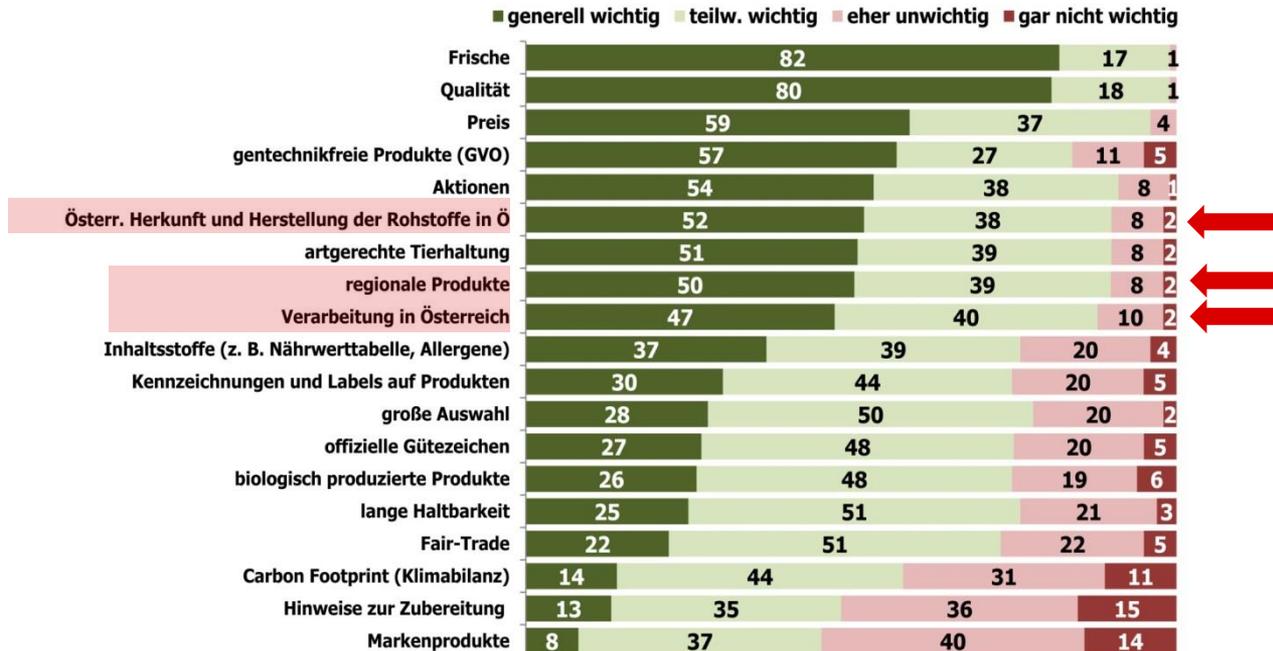


Österreicher sind stolz auf Landschaft und Kulinarik



Für 90 % ist Herkunft wichtig

Frage: Was ist Ihnen beim Einkauf von Lebensmitteln wichtig, worauf achten Sie besonders? Bewerten Sie, wichtig die folgenden Nennungen sind.



Gründe für Kaufentscheidung

Frage: Was sind für Sie die drei wichtigsten Gründe für die Kaufentscheidung bei den folgenden Lebensmitteln?

Jahr 2015	günstiger Preis	Frische der Ware	Aussehen, Appetitlichkeit	heimisches Produkt	Bioprodukt	gute Kennzeichnung	große Auswahl
Milch, Butter	48	67	21	62	18	16	9
Käse	49	63	42	48	12	19	21
Rindfleisch	45	76	47	56	15	13	4
Schweinefleisch	43	76	47	56	14	14	4
Geflügelfleisch	43	77	46	58	17	14	3
Wurst, Speck	46	69	51	51	12	17	12
Getreide, Mehl	50	30	14	52	16	29	11
Obst, Gemüse	47	82	57	38	17	8	16
Wein	39	7	15	37	6	36	45

3.

1.

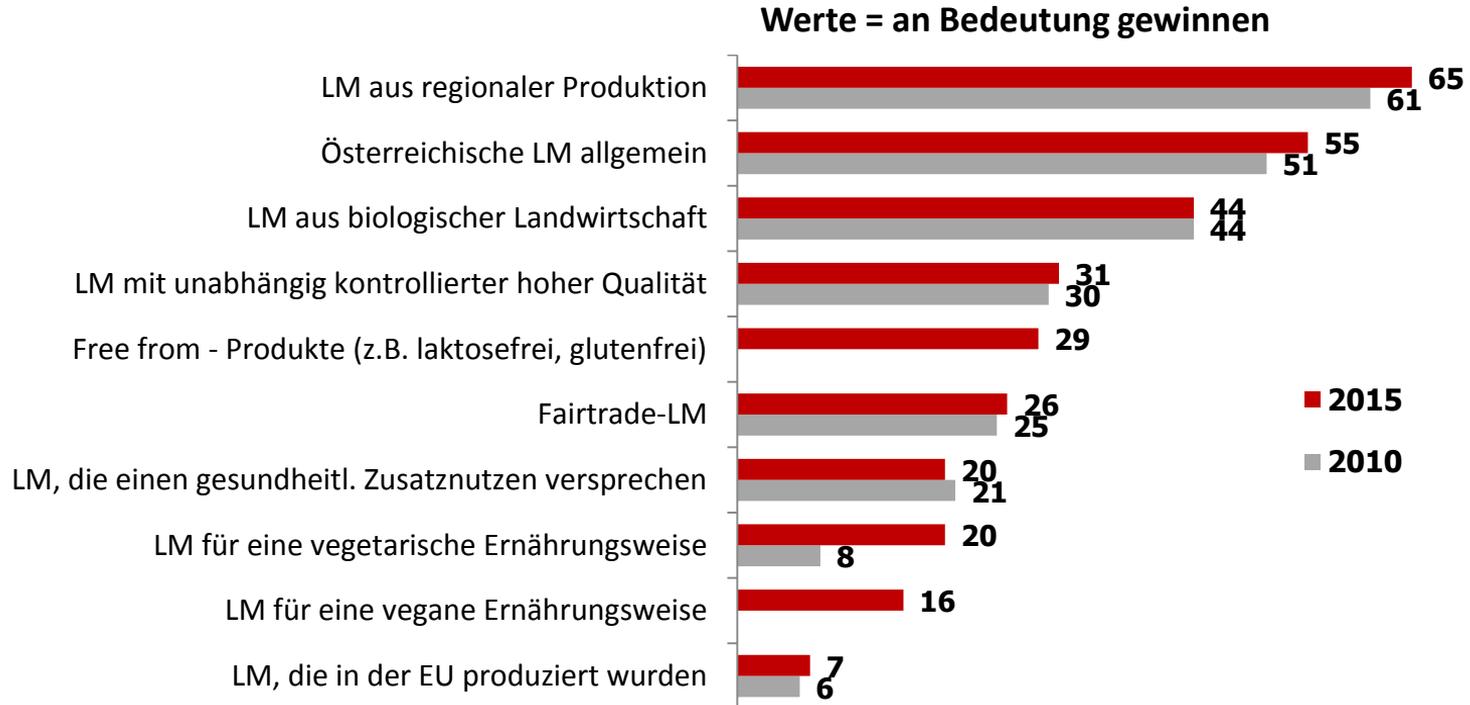
2.

Herkunft bleibt wichtig

Nennungen für Antwortkategorie „heimisches Produkt“

	1995	2000	2005	2010	2015
Milch, Butter	63	72	62	65	62
Käse	57	54	48	48	48
Rindfleisch	53	67	60	56	56
Schweinefleisch	53	68	58	56	56
Geflügelfleisch	53	66	59	54	58
Wurst, Speck	48	57	50	50	51
Getreide, Mehl	59	62	52	51	52
Obst, Gemüse	42	36	34	39	38
Wein	53	42	28	35	37

Und der Trend geht weiter

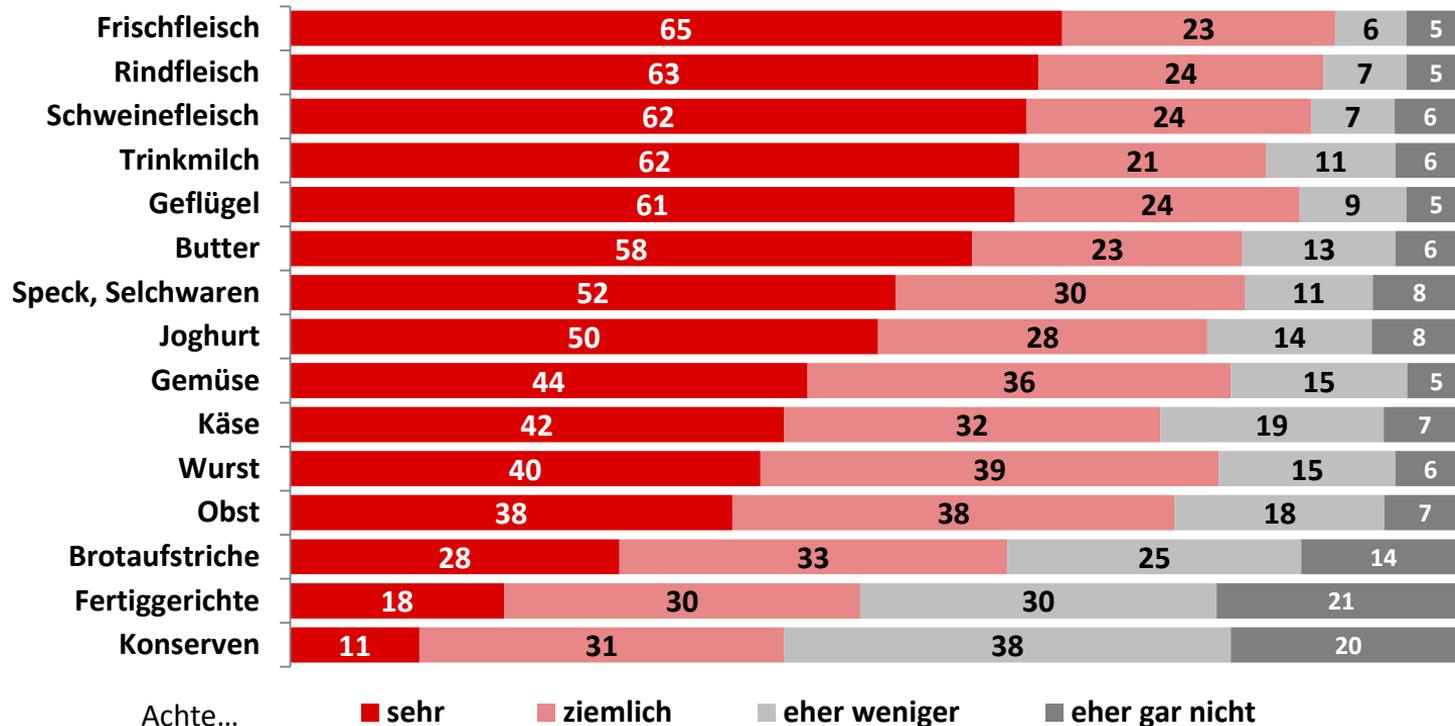


ABER: Preis wird immer wichtiger

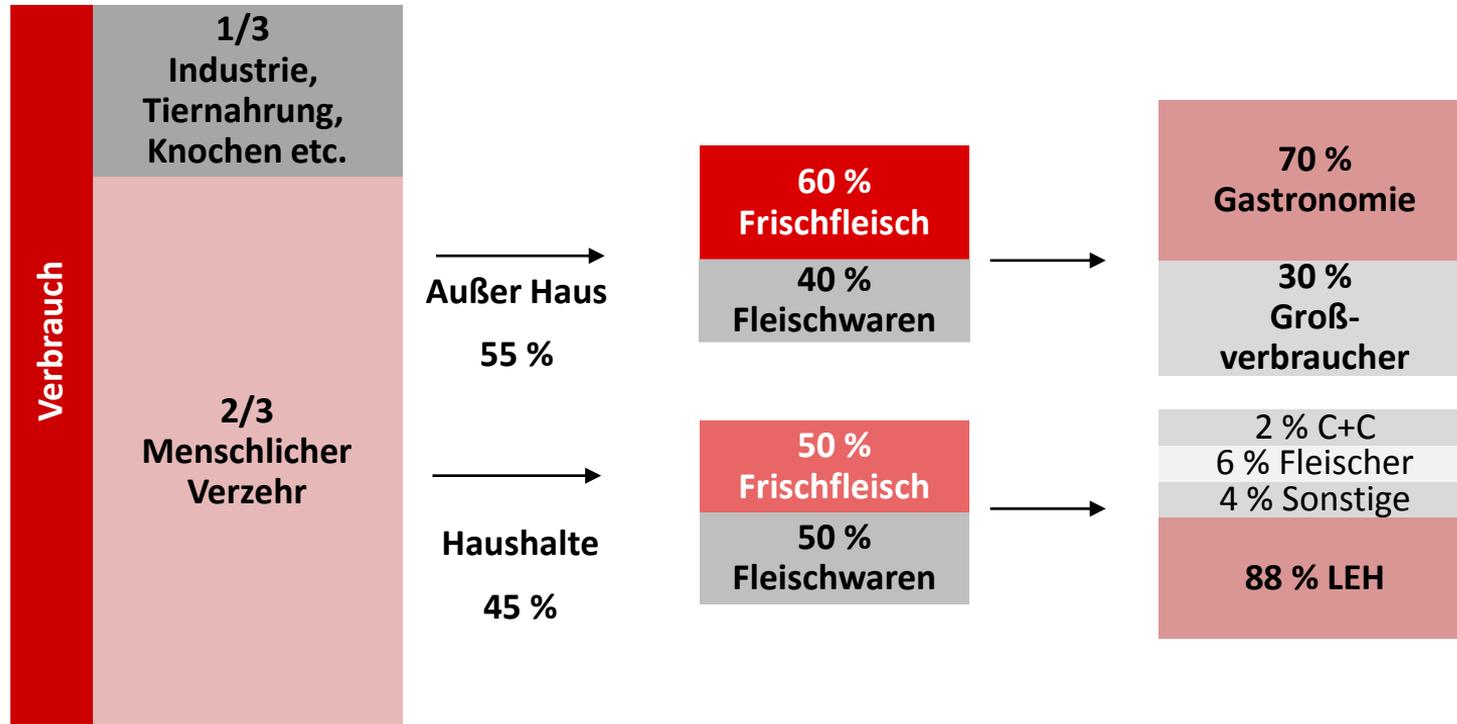
	1995	2000	2005	2010	2015
Milch, Butter	30	43	48	46	48
Käse	30	39	46	45	49
Rindfleisch	33	35	43	44	45
Schweinefleisch	33	37	44	44	43
Geflügelfleisch	33	32	42	45	43
Wurst, Speck	31	36	45	42	46
Getreide, Mehl	41	47	52	47	50
Obst, Gemüse	28	35	37	35	47
Wein	31	38	35	30	39



Je näher an Landwirtschaft, desto wichtiger ist Herkunft

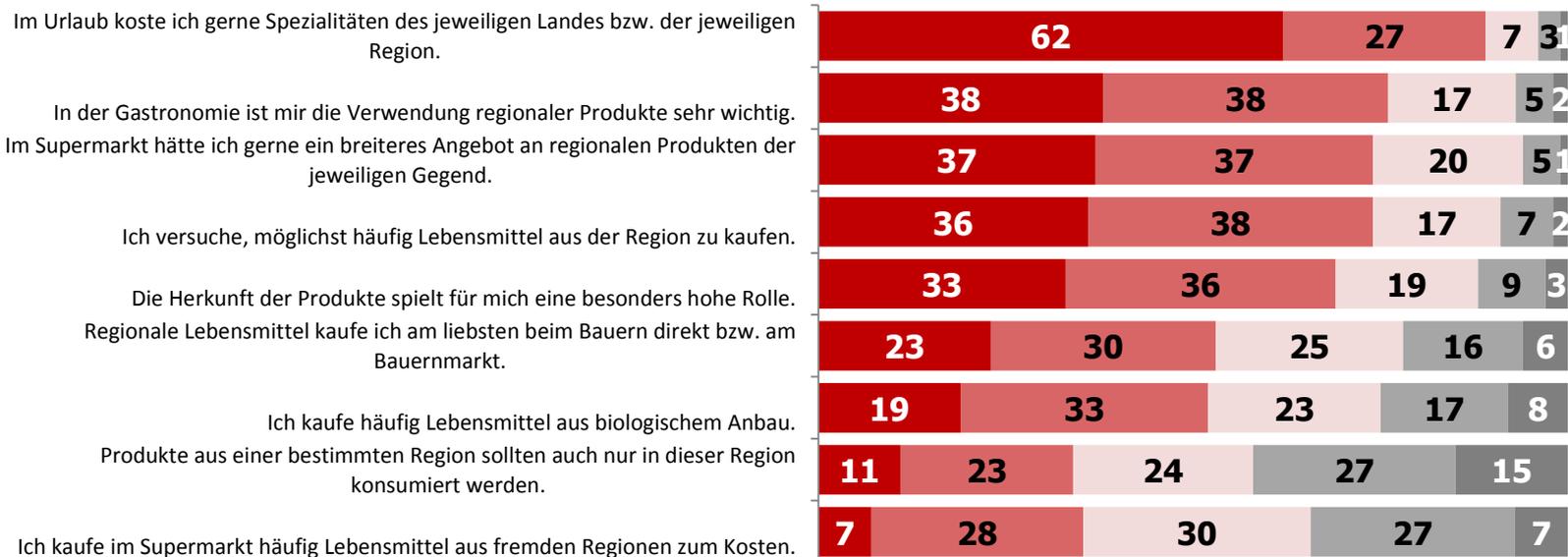


Außer Haus Verzehr nimmt zu – Wichtiger Absatzkanal Beispiel Fleisch



Gastronomie: Konsumenten ist Regionalität wichtig

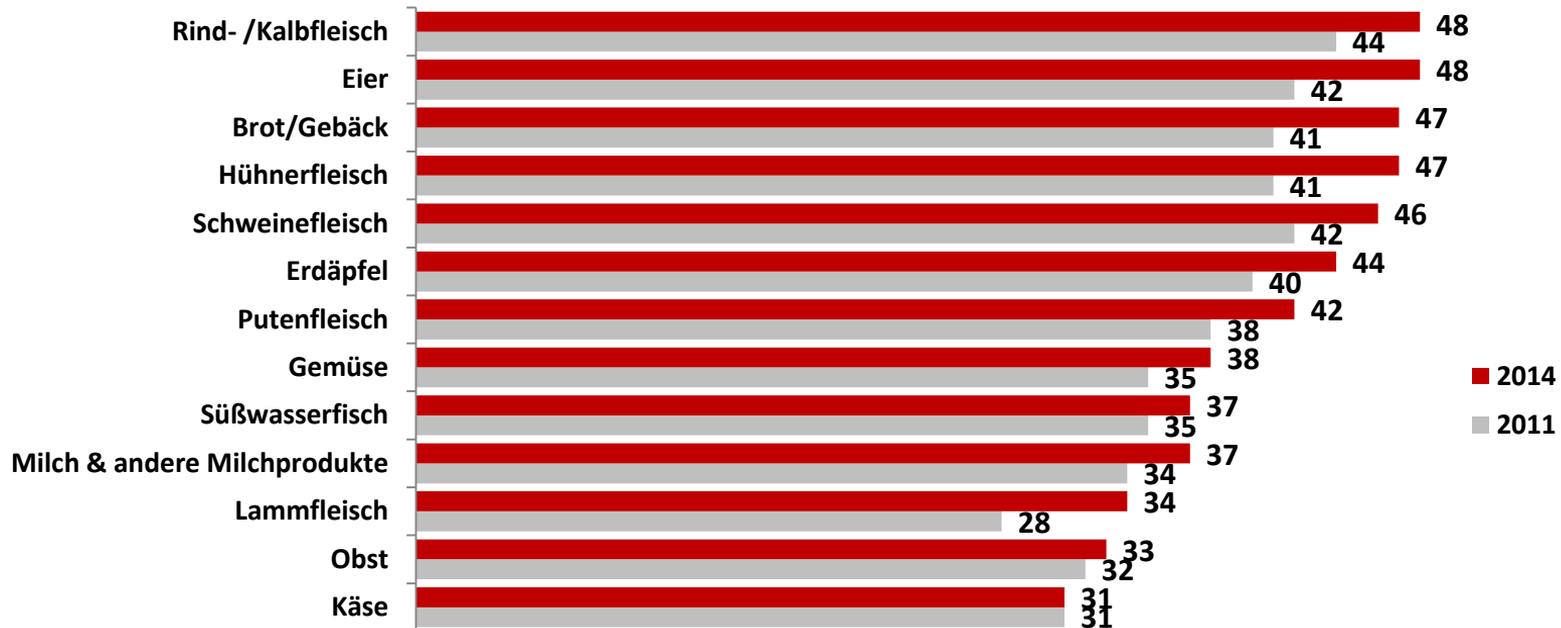
Frage: Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte?



■ stimme voll und ganz zu ■ stimme etwas zu ■ bin unentschieden ■ stimme eher nicht zu ■ stimme überhaupt nicht zu

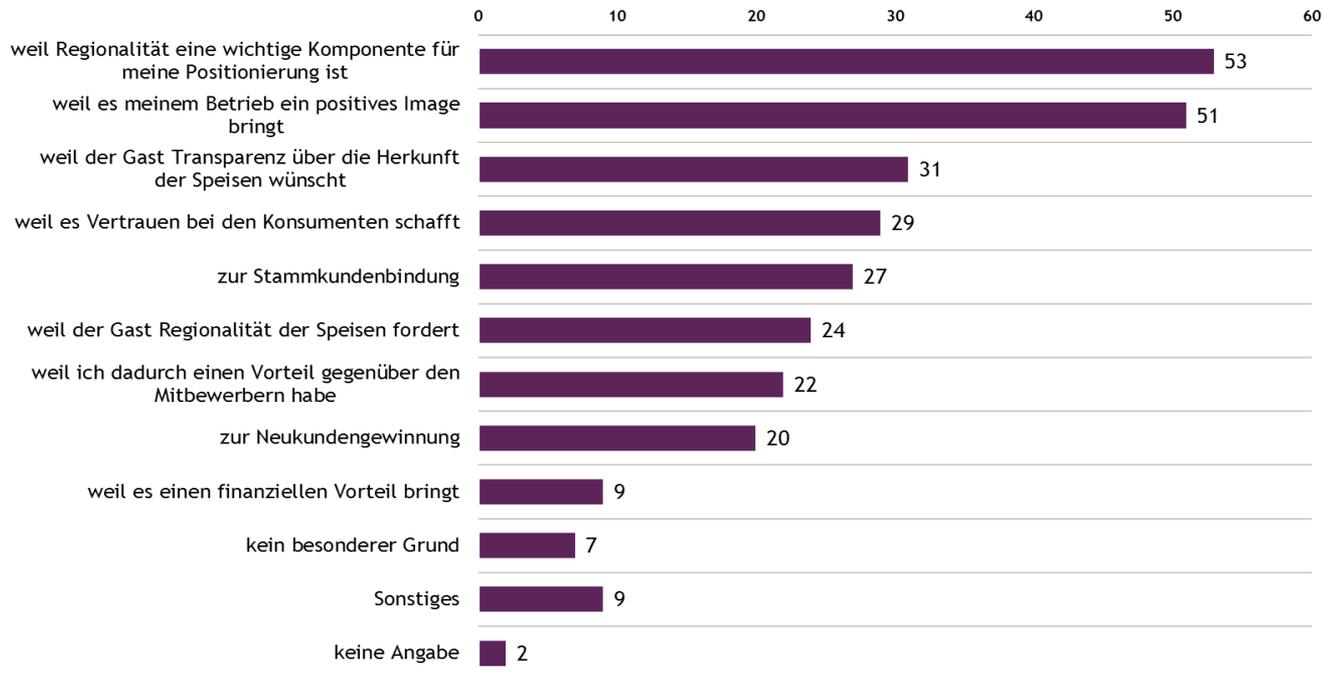
Gastronomie: Herkunft von Fleisch besonders wichtig

Frage: Wie wichtig ist Ihnen die regionale Herkunft der Rohstoffe folgender Produkte, wenn Sie diese in der Gastronomie verzehren?



Auch für Gastronomen ist Herkunft wichtig

Frage: Warum nehmen Sie am AMA-Gastrosiegel teil?



Ausschließlich österr. Rohstoffbezug ist vorstellbar

Frage: Bei welchen der folgenden Produkte könnten Sie es sich vorstellen, nur noch österreichische Rohstoffe zu kaufen?



1=sehr gut vorstellbar 5=überhaupt nicht vorstellbar

Ent-Lokalisierung schreitet voran

Frage: Bitte geben Sie an, ob Sie mit der jeweiligen Regionsbezeichnung die regionale Herkunft der Rohstoffe und/oder die Verarbeitung in der Region und/oder die typische Herstellungsweise bzw. Rezeptur verbinden?

Basis (n=507)	Rohstoffe kommen aus der Region	Verarbeitung erfolgt in der Region	ist eine für die Region typische Herstellungsweise oder Rezeptur	verbinde keine der drei Eigenschaften mit dem Produkt
Kärntner Hauswurstl	31,6%	35,7%	49,9%	9,5%
Tiroler Speck	36,7%	39,3%	45,0%	9,5%
Weinviertel Brot	25,2%	33,9%	44,6%	15,8%
Wachauer Laberl	15,2%	23,9%	52,1%	21,9%
Waldviertler Mohnzelten	27,4%	33,7%	51,7%	14,4%
Tiroler Brot	26,6%	30,0%	47,1%	14,6%
Pinzgauer Bierkäse	36,5%	36,9%	45,6%	11,4%
Steirisches Backhendl	33,5%	27,8%	42,2%	14,0%

Deshalb: AMA-Systeme sorgen für Transparenz & Orientierung



Lebensmitteleinzelhandel
Lebensmittelgroßhandel



Gastronomie- und Großküchen
Fachgeschäfte - Ab Hof

Strenge Herkunftsregelungen in den AMA-Systemen

- Geburt / Mast / Schlachtung / Zerlegung
- Freiwillige regionale Herkunftsangaben

Regionalität muss definiert sein – Beispiel Rind

Tiroler Rind	geboren in:	aufgezogen in:	geschlachtet in:
Variante 1	Tirol	Tirol	Tirol
Variante 2	Tirol	Tirol	Österreich
Variante 3	Österreich	Tirol	Tirol

Waldviertler Weiderind	geboren in:	aufgezogen in:	geschlachtet in:
Variante 1	Waldviertel	Waldviertel	Waldviertel
Variante 2	Waldviertel	Waldviertel	Niederösterreich
Variante 3	Niederösterreich	Waldviertel	Waldviertel

Anm: Ist die Region kleiner als ein Bundesland, müssen die Geburt oder Schlachtung des Tieres in jenem Bundesland stattfinden, zu dem die Region gehört.

Zusammenfassung

- Österreicher sind stolz auf Landschaft und Kulinarik
- Herkunft ist zweitwichtigstes Kaufkriterium
- Zunehmende Globalisierung verlangt mehr Transparenz
- Außer Haus Konsum steigt
- Regionalität gibt Vertrauen und Mehrwert
- Regionale Angaben in Restaurationsbetrieben gewinnen an Bedeutung
- AMA bietet Systeme für alle Vertriebsstufen auf freiwilliger Basis an

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

www.ama.info.at

facebook.com/ama.info.at

instagram.com/ama.info.at

twitter.com/amagesmbh

