

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Mehr Indien als Österreich im Gurkenregal

Heimische Gurkenbauern schlagen Alarm – warum klare Herkunftsangaben für Konsumenten und Produktion entscheidend sind

Termin Dienstag, 28. Juli 2026, 10.00 Uhr
Ort Betrieb Alfred Aichinger, Deinham 4, 4081 Hartkirchen
Am Podium Mag. Robert Pichler, Obmann von Wirtschaften am Land
Mag. Thomas Krahofer, Geschäftsführer efko
Mag. Franz Waldenberger, Präsident der LK Oberösterreich

Das Wichtigste in Kürze

98 Produkte wurden in einem Regio-Check überprüft: 58 Markenartikel und 40 Eigenmarken.	57,1 % der 98 geprüften Produkte trugen am Etikett keine erkennbare Herkunftsangabe für die Gurken.
77,5 % der Eigenmarken waren im Regal ohne klar erkennbare Gurkenherkunft.	43,1 % der Markenartikel wiesen am Etikett keine klar erkennbare Herkunft der Gurken aus. Damit ist die Herkunft bei Markenartikeln transparenter ausgewiesen als bei Eigenmarken.
9 Produkte enthielten laut Rückmeldung des Handels Gurken aus Indien. Diese Zahl bezieht sich auf die 31 Eigenmarken ohne Herkunftsangabe.	5 von 40 Eigenmarken waren am Etikett eindeutig als Produkte mit österreichischen Gurken erkennbar.
15 mögliche Herkunftsländer nannten einige Unternehmen des LEH auf Nachfrage für bestimmte Produkte, darunter Indien, Nordmazedonien, Russland und die Türkei.	Keine Rückmeldung erhielten wir von einem Händler zur Herkunft jener Eigenmarken, bei denen keine Herkunftsangabe ersichtlich war.
7,1 %-Prozentpunkte mehr seit 2024 Der Anteil der Eigenmarken an der Stichprobe ist von 33,7 % im Jahr 2024 auf 40,8 % im Jahr 2026 gestiegen.	12 Betriebe produzieren in Oberösterreich rund 6.500 Tonnen Essiggurken pro Jahr. Das entspricht rund 93 % der in Österreich konsumierten Essiggurken heimischer Herkunft.

Regio-Check im Detail

Ablauf und Untersuchungsgegenstand: Anfang Juni 2026 wurden in Geschäften von REWE (Billa und Billa Plus), SPAR, Lidl, Hofer, Penny und Nah&Frisch Essiggurken sowie ähnliche Produkte wie Cornichons und Salzgurken überprüft.

Stichprobe: Erfasst wurden 98 Produkte, davon 58 Markenartikel und 40 Eigenmarken. Überprüft wurde, ob die Herkunft der verwendeten Gurken direkt am Etikett für die Konsumenten erkennbar und nachvollziehbar ist.

Nachfrage beim Handel: Bei Eigenmarken ohne Herkunftsangabe wurden die jeweiligen Händler um konkrete Herkunftsinformationen ersucht.

Methodischer Hinweis: Bei der Stichprobe handelt es sich um eine Momentaufnahme des vorgefundenen Sortiments.

Herkunft laut Etikett bei allen 98 Produkten:

Herkunftsangabe laut Etikett	Produkte	Anteil
Österreich	35	35,7 %
Deutschland	4	4,1 %
EU	3	3,1 %
Keine erkennbare Herkunftsangabe	56	57,1 %

Zusätzlich waren 10 der 98 Produkte als Bio-Produkte gekennzeichnet (10,2 %). Rundungsdifferenzen sind möglich.

Herkunft der Eigenmarken und Markenartikel im Vergleich:

Produktgruppe	Österreich	Deutschland	EU	Unbekannt
40 Eigenmarken	5 (12,5 %)	1 (2,5 %)	3 (7,5 %)	31 (77,5 %)
58 Markenartikel	30 (51,7 %)	3 (5,2 %)	0	25 (43,1 %)

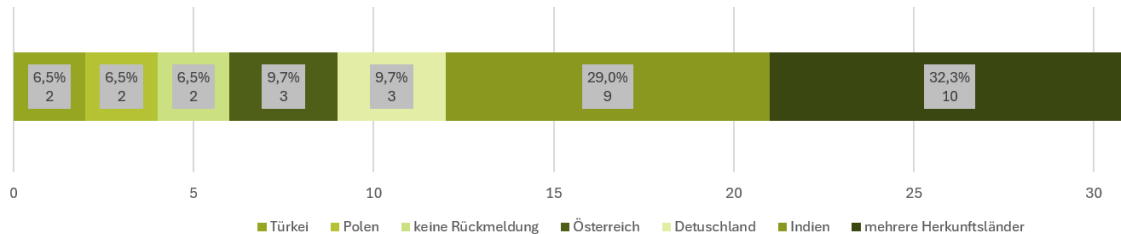
Sieben (17,5 %) der 40 Eigenmarken und 3 (5,2 %) der 58 Markenartikel waren als Bio-Produkte gekennzeichnet. Rundungsdifferenzen sind möglich.

WIRTSCHAFTEN

AM LAND

Nachfrage beim LEH:

Bei 31 der 40 Eigenmarken war die Herkunft der Gurken am Etikett nicht angegeben. Für diese Produkte wurden die Händler kontaktiert. Die Rückmeldungen ergaben folgendes Bild:



Bei **zehn Produkten** nannten die Handelsunternehmen **mehrere mögliche Herkunftsländer**, in Einzelfällen bis zu 15. Dazu zählten Deutschland, Österreich, Serbien, Bulgarien, Rumänien, die Ukraine, Polen, Nordmazedonien, Russland, Tschechien, Indien, Ungarn, Bosnien und Herzegowina, die Niederlande und die Türkei. Eine eindeutige, produktbezogene Herkunft ließ sich für diese zehn Produkte daher nicht feststellen.

Für **zwei Eigenmarkenprodukte** ohne Herkunftsangabe haben wir **keine Rückmeldung** erhalten.

Damit konnte bei insgesamt zwölf Produkten keine eindeutige, produktbezogene Herkunft festgestellt werden.

Vergleich der Ergebnisse bei Eigenmarkenprodukten 2024 und 2026

Kennzahl	2024	2026	Einordnung
Geprüfte Eigenmarken	31	40	vergleichbare Größenordnung
Produkte ohne Herkunftsangabe	26 (83,9 %)	31 (77,5 %)	weiterhin sehr hoher Anteil
Klar österreichisch gekennzeichnete Produkte	4 (12,9 %)	5 (12,5 %)	Anteil praktisch unverändert
Eigenmarkenanteil an der Gesamtstichprobe	33,7 %	40,8 %	deutlich gestiegen

Warum die Herkunftsfrage für die Produktion relevant ist

- **Konsum:** Österreichweit werden jährlich rund 13.000 Tonnen Einlegegurken. Das entspricht 1,4 Kilogramm pro Person.
- **Selbstversorgung:** 2025 lag der Selbstversorgungsgrad bei 56 %.
- **Anbaufläche:** Rückgang von 118 Hektar (2025) auf 104 Hektar (2026).
- **Wettbewerbsdruck aus anderen Ländern:** Seit dem EU-Beitritt sank der oberösterreichische Marktanteil im Lebensmittelhandel von über 80 % auf rund 50 %. Ein Grund dafür sind die niedrigeren Produktionskosten in anderen Ländern.
- **Arbeitsintensiver Anbau:** Pro Hektar rund 2.800 Arbeitsstunden.
- **Hohe Lohn- und Sozialstandards:** Heimische Betriebe zahlen insgesamt 19,35 € pro Arbeitsstunde – mehr als 5 € über dem deutschen Niveau.
 - Bei Essiggurken mit rund 2.800 Arbeitsstunden pro Hektar beträgt der Lohnkostennachteil oberösterreichischer Gurkenbetriebe gegenüber Deutschland somit mindestens 14.000 € pro Hektar Anbaufläche.
 - In Indien liegen landwirtschaftliche Löhne meist bei nur 3 bis 4 € pro Tag. Die Arbeitszeit beträgt bis zu 48 Stunden pro Woche, eine soziale Absicherung fehlt häufig.
 - In der Türkei gilt eine 45-Stunden-Woche, wobei die Löhne regional stark variieren.
- **Arbeitsplätze in der Region:** Oberösterreichische Gemüsebaubetriebe sichern rund 800 familieneigene Arbeitsplätze und beschäftigen zusätzlich etwa 1.000 Menschen ganzjährig. Weitere rund 1.500 Arbeitsplätze bestehen in nachgelagerten Wirtschafts- und Dienstleistungsbereichen.
- **Lebensmittelhandel:** Bei Sterilgemüse beträgt der Eigenmarkenanteil knapp 64 %; der wertmäßige Aktionsanteil lag 2025 bei 34,5 %.
- **Beschäftigungsanteil – internationaler Unterschied:** Der Beschäftigungsanteil in der Landwirtschaft beträgt in Indien 41,6 %, in der Türkei 14,8 % und in Österreich 2,8 %.

Für Rückfragen stehen wir unter office@wirtschaftenamland.at gerne zur Verfügung.