

LEBENSART

DAS MAGAZIN FÜR NACHHALTIGE LEBENSKULTUR SEPT/OKT 2012

vitamine auf weltreise

Warum wir Obst
und Gemüse importieren

lässig elegant

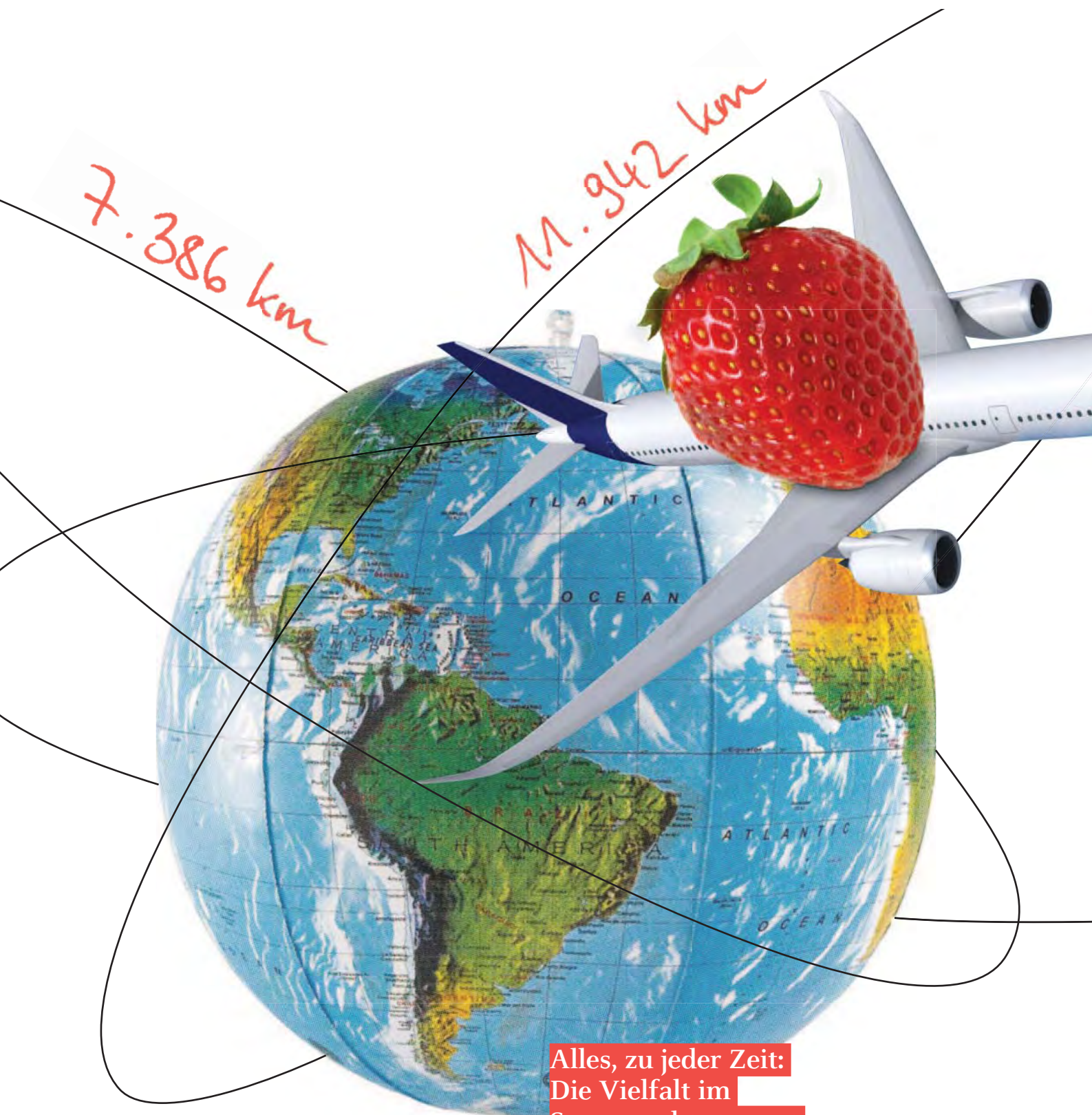
Grüne Mode für den Mann

kennen sie ihren bauern?

Der Trend zum regionalen Essen

endlich gut schlafen

So finden Sie die richtige Matratze



Alles, zu jeder Zeit:
Die Vielfalt im
Supermarkt stammt
aus der ganzen Welt.



vitamine auf weltreise

Stellen Sie sich vor, es ist Erdbeerzeit. Auf dem Weg zum Supermarkt freuen Sie sich schon auf die saftigen Früchte, doch die Erdbeeren, die Sie dort vorfinden, kommen aus Spanien. Im nächsten Supermarkt stammen sie aus Deutschland, obwohl im Burgenland gerade Erdbeersaison ist. Warum kommen Frischwaren aus dem Ausland, wenn sie zur gleichen Zeit im Inland verfügbar wären? LEBENSART hat nachgefragt.

SONJA BETTEL

Marktführer im Lebensmitteleinzelhandel in Österreich ist REWE. Laut einem Bericht des Marktforschungsinstituts ACNielsen Österreich hatte die REWE Group mit ihren Handelsfirmen Billa, Merkur, Penny und dem kooperierenden Händler Sutterlüty im Jahr 2009 einen Marktanteil von 31 Prozent, gefolgt von Spar mit 28,4 Prozent und Hofer mit 19,8 Prozent. Was diese drei vorgeben, bestimmt also, was die Mehrzahl der Kundinnen und Kunden in Österreich kauft.

„50 bis 60 Prozent des Obstes und Gemüses in unseren Märkten stammen aus Österreich, mehr geht nicht“, sagt die Pressesprecherin der REWE Inter-

national AG, Karin Nakhai. Was aus Österreich zu beziehen sei, komme aus Österreich, wenn die Erdbeeren aus Deutschland stammten, dann habe es wahrscheinlich nicht genug aus dem Inland gegeben. REWE setze sogar Initiativen zur Unterstützung der heimischen Produzenten und habe zum Beispiel Kooperationen mit den österreichischen Nationalparkregionen für die Bio-Marke „Ja! Natürlich“. Für Erdbeeren habe man einen Partner aus der Steiermark gefunden, der bis in den Dezember frische Früchte liefern könne.

Bei konventionellen Produkten sind in den Supermärkten der REWE Group

sehr wohl weit gereiste Gemüse und Früchte zu finden. Bei „Ja! Natürlich“ hat aber, so heißt es auf der Webseite, die österreichische Herkunft von Obst und Gemüse Vorrang, sofern keine zusätzliche Heiz-Energie für den Anbau eingesetzt werden muss. Importe aus Übersee-Gebieten gebe es nur per Schiff und nur für jene Früchte, die bei uns nicht wachsen.

Hersteller auf der Lokaltätswand

Auch bei SPAR wird betont, dass man heimische Produkte bevorzuge: „Als 100 Prozent österreichisches Unternehmen sind uns österreichische Lebensmittel wichtig, gerade im Frischbereich. Grundsätzlich bevorzugen wir



daher immer, wenn es irgendwie möglich ist, Obst und Gemüse aus Österreich“, teilt uns die Leiterin für Public Relations und Information, Nicole Berkmann, mit. Bei INTERSPAR würden sogar Lieferanten aus der direkten Umgebung eines Marktes unter Vertrag genommen, auf der „Lokalitätswand“ im Eingangsbereich seien die Hersteller mit Namen und Foto abgebildet. Das Angebot an lokalen Produkten liege bei INTERSPAR bei mehr als 5.000 Artikeln von 600 lokalen Lieferanten. „Wir beobachten, dass Konsumenten immer mehr auf die Herkunft achten und verstärkt saisonales Obst und Gemüse kaufen, bei dem sie wissen, wo es herkommt“, sagt Nicole Berkmann.

Eine Frage von Qualität und Quantität

Der Discounter Hofer, bei dem man annehmen könnte, dass nur der Preis zählt, setzt nach eigenen Angaben

ebenfalls auf Produkte von heimischen Obst- und Gemüsebauern – auch bei konventionell angebautem Obst und Gemüse. Ausschlaggebend sei nicht

Frischwaren von vielen kleinen, regionalen Produzenten zu beziehen, ist riskanter und aufwendiger.

der Preis, „denn österreichische Produkte sind oftmals teurer als ausländische, sondern dass die erforderliche Qualität und Quantität verfügbar ist, um die mehr als 430 Hofer Filialen in Österreich versorgen zu können“, schreibt uns die PR-Agentur Rosam im Auftrag von Hofer. Jede der sieben selbstständigen Zweigniederlassungen kaufe etwa die Hälfte ihres Bedarfs an Obst und Gemüse für ihre Filialen in

der Region selbst ein. Weil man den Kunden aber das ganze Jahr über Obst und Gemüse bieten möchte, könne man nicht ausschließlich österreichische Produkte anbieten.

Obst und Gemüse für die Hofer-Linie „Zurück zum Ursprung“, die auf Bio aus der Region spezialisiert ist, komme zu 100 Prozent aus Österreich, so Alexandra Seyer von der Agentur Rosam. Feingemüse wie Tomaten, Zucchini, Snackgurken oder Salat aus dem Tiroler Oberland oder Pannonien würden deshalb nur zu ihrer jeweiligen Anbauzeit angeboten, lagerfähiges Gemüse wie Erdäpfel und Zwiebel aus dem Waldviertel auch über den Winter hinweg.

„Wir leben in und mit der Region“

„Im Winter müssen wir gezwungenermaßen aus dem Ausland zukaufen“, sagt Herwig Gruber, einer der Geschäftsführer der Firmengruppe Kast-



ner mit Sitz in Zwettl in Niederösterreich. Kastner ist ein Fachgroßhändler, der unter anderem Nah&Frisch-Geschäfte in Niederösterreich, dem Burgenland und der Steiermark beliefert. „Wir leben in und mit der Region“, sagt Herwig Gruber, „die Regionalität ist unsere Firmenphilosophie.“ Deshalb würde man bei Obst und Gemüse österreichische Lieferanten bevorzugen, nur etwa 20 Prozent kämen aus dem Ausland. „Schweinefleisch kommt nur mehr aus Niederösterreich, von der Zucht über die Mast bis zur Schlachtung“, so Gruber. Das kostet zwar mehr, werde von den Kunden aber mittlerweile sehr gut angenommen. Obst und Gemüse kommen vom Biohof Achleitner aus Eferding in Oberösterreich, konventionell von einem weiteren Lieferanten aus dem Eferdinger Becken. Bei Erdäpfeln und Äpfeln könne man den Bedarf zu 99 Prozent aus Österreich abdecken.

Bio-Ware aus Österreich zu beziehen sei aber manchmal gar nicht so leicht, weil REWE, Spar und Hofer langfristige Verträge mit Biobauern hätten und teilweise zu wenig Bio-Obst und -Gemüse verfügbar sei. „Ich habe aber nichts davon, wenn mir einer drei Tage etwas liefert und das restliche Jahr nicht“, sagt Herwig Gruber. Und er erklärt, warum es manchmal gar nicht einfach ist, Frischware von landwirtschaftlichen Betrieben in Österreich zu kaufen: Ein Lebensmittelgeschäft möchte den Kunden jeden Tag und möglichst frisch ein Grundsortiment an Obst und Gemüse anbieten – Erdäpfel, Zwiebel, Knoblauch, Karotten, Salat, Paprika, Äpfel, Zitronen, ... und dazu eine Auswahl an saisonal

wechselndem Obst und Gemüse wie Weintrauben, Erdbeeren, Zucchini, Kraut, Fenchel, Kürbis usw. „Wenn der Biohof Achleitner keine Karotten

ernten kann, weil es regnet, muss ich trotzdem unseren Kunden Karotten liefern können. Die Firma Achleitner kauft in diesem Fall zum Beispiel Bio-Karotten aus Bayern zu“, erklärt Herwig Gruber. Könnte der Händler keine Karotten anbieten, würden die Kunden sie woanders kaufen – und dann womöglich bei der Konkurrenz bleiben. Frischwaren von vielen kleinen, regionalen Produzenten zu beziehen, ist also riskanter und auch aufwendiger, weil man mit jedem einzelnen Bauern einen Vertrag abschließen muss.

In der Zwickmühle sind auf Regionalität setzende Händler auch bei Kundenwünschen wie Erdbeeren zu Weihnachten. Soll man die Firmenphilosophie und die Nachhaltigkeitsstrategie durchziehen und damit vielleicht Kunden vergraulen? Oder soll man solchen Kundenwünschen entsprechen? Außerdem: Wenn die Tomaten im Winter aus dem mit Öl beheizten Glashaus



kommen oder die Äpfel mit hohem Energieeinsatz gelagert werden, kann unter Umständen ein Transport per Schiff aus Übersee eine bessere CO₂-Bilanz haben als das regionale Produkt. Nachhaltig ist regional deshalb nur, wenn es auch saisonal ist – und da sind die Kundinnen und Kunden am Zug.

„In meiner Kindheit im Waldviertel haben wir nur das gegessen, was gerade im Garten reif war oder eingelagert war. Meine Mutter hat nie Tiefkühlgemüse gekauft“, erzählt Herwig Gruber und wünscht sich, dass die Konsumgewohnheiten wieder mehr in diese Richtung gehen.

Wertschöpfung in der Region

Otto Bauer, Manager der Marke „natürlich für uns“, der seit drei Jahren bestehenden Bio-Marke der Handelsfirma C+C Pfeiffer, fände es gut, wenn das Wissen über die Saisonalität von Obst und Gemüse in den Schulen vermittelt würde. Denn als Handelsunternehmen könne man nicht sagen, man führe nur mehr regionale Produkte, wenn die Konsumenten anderes wollen. Trotzdem bemühe man sich um Regionalität, wo immer es möglich ist. Bauer: „Wir wollen so regional wie möglich sein und die Wertschöpfung in der Region halten.“

Obst und Gemüse für die Marke „natürlich für uns“ komme wenn immer möglich aus Österreich und es gebe keine Flugware. Zur Förderung der Regionalität gibt es spezielle Projekte, wie zum Beispiel die Wiederbelebung des Erdäpfelanbaus im Mühlviertler Granitland. Mit den Bauern wurden Abnahmeverträge geschlossen. Die Erdäpfel werden auch in Oberösterreich sortiert, gelagert und verpackt. Das Gleiche sei für Äpfel erreicht worden,



die früher zum Verpacken in die Steiermark transportiert wurden. Die Erdäpfel aus dem Mühlviertel werden je nach verfügbarer Menge in Oberösterreich, Niederösterreich und der oberen Steiermark verkauft. Auch wenn die Nachfrage nach der besonderen Qualität groß sei, versuche man nicht, die landwirtschaftliche Produktion zu „pushen“, so Otto Bauer: „Wenn die Erdäpfel aus dem Mühlviertel im Februar aus sind, dann gibt es eben die nächstbessere Qualität.“ Bauern, die nur geringe Mengen eines Produktes anbieten können, ermuntere man, Erzeugergemeinschaften zu gründen, die auch eine bessere Liefergarantie bieten können. Wenn bei dem einen der Hagel die Hälfte der Ernte vernichtet, kann vielleicht ein anderer die fehlende Menge ausgleichen.

Beim Fleisch, so betont Otto Bauer, sei das Tier in Österreich geboren, aufgewachsen, geschlachtet und verarbeitet worden. „Käsescheiben kommen aus Deutschland. Der Käse dafür stammt aber aus Österreich, er wird in Deutschland geschnitten und verpackt, weil das in Österreich niemand in dieser Qualität machen kann“, so Bauer.

Was klimatisch möglich ist

Als Familienunternehmen mit langer Geschichte wird die Supermarktkette MPREIS mit Sitz in Völs in Tirol geführt. MPREIS habe schon immer heimische landwirtschaftliche Produkte bevorzugt, sagt die Unternehmenssprecherin Ingrid Heinz. Die Regel für die Herkunft von Obst und Gemüse laute: zuerst Tirol, dann Österreich, dann Ausland. Im Sommer würden Obst und Gemüse deshalb zu 80 Prozent aus Tirol kommen, 100 verschiedene Sorten seien es insgesamt. Die Qualität müsse aber natürlich passen, dafür gebe es für die Bauern einen Regionalitätszuschlag für besonders arbeitsintensiven Anbau. Der betrifft vor allem die Bio-Bergbauern, die sich deshalb im Jahr 2001 zur Genossenschaft Bioalpin zusammenschlossen und mittlerweile rund 100 verschiedene Produkte – von der Milch über Käse, Honig, Fleisch und Brot bis zu Obst und Gemüse – unter der Marke „BIO vom BERG“ an MPREIS liefern.

„Wir wollen die heimische Landwirtschaft und Wirtschaft unterstützen und unsere Kunden vertrauen auf die heimische Qualität“, sagt Ingrid Heinz. Weil die Kundinnen und Kunden sehr verwöhnt seien und eine große Vielfalt bei Obst und Gemüse erwarten würden, sei man immer auf der Suche nach neuen Produkten: „Wir setzen uns mit den Produzenten zusammen und überlegen, was klimatisch möglich ist.“ So werden zum Beispiel seit Herbst 2009 die Stanzer Zwetschken angeboten, die durch die langsame Reifung in 1.000 Metern Seehöhe besonders aromatisch sind.

Regional als Überlebensstrategie

Das weltweit größte Sortiment aus regionalen Produkten hat nach eigenen Angaben die Sutterlüty Handels GmbH, die in Vorarlberg 22 Supermärkte betreibt und ihren Sitz in Egg im Bregenzerwald hat. „Wir sind vor 60 Jahren aus einer Landwirtschaft entstanden und waren immer mit der Region und den Bauern verbunden“,

erklärt der Marketingleiter Philipp Giselbrecht. Obst und Gemüse würden deshalb wann immer möglich von regionalen Produzenten stammen, was auch größtmögliche Frische garantiere. Regional heißt in diesem Fall aber nicht nur national, denn Obst und Gemüse werden auch von der Bodensee-Insel Reichenau bezogen, die auf deutschem Staatsgebiet liegt, aber mit einer Stunde Anfahrtszeit täglich frisch liefern kann. Auf der Insel wird das Gemüse wegen der sonnigen Lage früher reif als im Rest Vorarlbergs.

Regionalität ist für die Firma Sutterlüty aber nicht nur eine Philosophie; sie sei auch eine Frage des Überlebens, so Philipp Giselbrecht: „Sie bekommen heute überall die gleichen Lebensmittel, die Märkte sind nicht mehr zu unterscheiden.“ Entscheidend sei nur mehr der Preis, „aber diese Preisspirale nach unten wollen wir nicht mitma-

chen.“ Sutterlüty habe sich deshalb mit den regionalen Produkten einen Wettbewerbsvorteil erarbeitet. Obst und Ge-

Wer auf Regionalität setzt, hat im Wettbewerb einen klaren Vorteil.

müse würden dabei eine wichtige Rolle spielen, sagt Philipp Giselbrecht: „Obst und Gemüse wird bewusst beim Eingang platziert, weil es Freude macht. Das Angebot von Obst und Gemüse entscheidet auch, wo man einkauft.“

Wer möchte, dass Freude auch bei den heimischen Produzentinnen und Produzenten aufkommt, muss beim Einkauf genau schauen, woher die Waren kommen. Denn die schönen rot-gelben

Äpfel, die aussehen wie eine beliebte österreichische Bio-Sorte, stammen im August wahrscheinlich eher aus Chile oder Uruguay – gesehen zum Beispiel bei MPREIS und SPAR. In Österreich werden Äpfel erst im Herbst reif und sind zumindest bis ins Frühjahr als Lagerware erhältlich. Wer regional kaufen möchte, sollte deshalb wissen, was wann wo reif wird, und im Sommer statt Äpfeln anderes, heimisches Obst wählen. Das macht mehr Freude wegen der saisonalen Abwechslung und wirkt zurück auf den Handel, denn alle befragten Supermarktketten sagen, dass sie ihr Warenangebot am Einkaufsverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten orientieren. 🍏

Tipp:

Saisonkalender zum Download auf www.umweltberatung.at

Anzeige

Das Glück kommt aus der Region.



Wer sich nach rein biologischen und glücklichen Lebensmitteln sehnt, die keine tausende von Kilometern zurücklegen müssen bis sie auf dem Gaumen landen - sollte zu **natürlich für uns** greifen. Und unterstützt mit dem Kauf ortsansässige Bäuerinnen und Bauern und sichert so den Erhalt der regionalen Arbeits-, Lebens-, Kultur- und Erholungsräume. Über Generationen.

Und noch was. Rein biologische Produkte sind nun einmal eine ordentliche Portion gesünder als alles herkömmlich Fabrizierte auf dieser Welt.



bio

gipfleiffer
Das Beste für die Gastronomie

Nah & Frisch
bei ausgewählten Kaufleuten

UNIMARKT
mehr für mich

REWE

Zeispunkt

ewroga
Österreich

WELAS PARK

PRO Tabor