

Linz, am 14.02.2024

Hohe Standards dürfen auch etwas kosten...

Die Umfragen der letzten Monate belegen es deutlich – zwischen dem tatsächlichen Kaufverhalten und dem Wunsch der Konsumenten nach Lebensmitteln mit hohen Tierwohl- und Ökostandards gibt es Widersprüchlichkeiten. Der Lebensmittelhandel und die Konsumenten müssen sich zur österreichischen Landwirtschaft, zur österreichischen Qualität, bekennen.

Immer mehr Vorschriften sowie praxis- und realitätsfremde agrarpolitische Entscheidungen seitens der EU, erschweren den bäuerlichen Familienbetrieben - gerade auch in Österreich – das Arbeiten auf ihren Höfen. Die Umsetzung ideologisch beflügelter Agrarpolitik (z.B. Green Deal der EU) auch aufgrund des teils erheblichen Einflusses vieler NGOs auf die Politik, bedrängt die Bäuerinnen und Bauern in ihrer wirtschaftlichen Situation zusehends. Das wird deutlich, wenn man das Urteil des Verfassungsgerichtshofes von Anfang Jänner 2024 betrachtet, welches die Übergangsfrist bis zum vollständigen Verbot von Vollspaltenböden in der Schweinehaltung bis 2040 aufgehoben hat.

„Sicherheit und Planbarkeit sind aber für die Zukunft der Höfe und besonders für die künftigen Hofübernehmer ausschlaggebend. Umfragen haben gezeigt, dass sich Konsumenten etwa für die Erzeugung von Tierwohlprodukten aussprechen. Das spiegelt sich allerdings nicht im Kaufverhalten wider“, so OÖ Bauernbund-Direktor Ing. Wolfgang Wallner.

Laut einer RollAMA Motivanalyse vom April 2023 der AMA Marketing achten 42 Prozent auf die Qualität – für 58 Prozent ist aber beim Kauf eher der Preis bzw. die jeweilige Aktion ausschlaggebend. Im Jahr 2021 achteten noch 60 Prozent auf die Qualität und 40 Prozent eher auf den Preis/Aktionen. Jeder dritte Euro wird inzwischen in Aktionen ausgegeben. Dieser Umstand führt zu einem finanziellen Problem bei den bäuerlichen Familienbetrieben.

Handel soll nicht Moralapostel der Konsumenten sein

Österreichische Lebensmittel finden sich im Regal neben Lebensmittel aus anderen EU-Ländern bzw. auch aus Drittstaaten, welche häufig zu niedrigeren Tierwohl- und Ökostandards produziert wurden. Das sorgt für Wettbewerbsverzerrungen. In Nicht-EU-Länder dürfen nach wie vor Pflanzenschutzmittel eingesetzt werden, die in der EU schon lange verboten sind. Auch die Höhe der Wirkstoffmenge spielt wegen mangelnder staatlicher Kontrollen und Vorgaben kaum eine Rolle. Das bestätigt auch eine veröffentlichte Untersuchung des AK-Konsumentenschutzes Oberösterreich aus dem Jahr 2023. Das Ergebnis: Bei rund drei Viertel der Proben (importiertes Obst und Gemüse aus Drittstaaten) konnten Wirkstoffrückstände gefunden werden, die in der EU verboten sind.

„Die österreichischen Bauern können zu Recht stolz auf ihre Qualitäts-Lebensmittel sein. Viele wollen auch beispielsweise in Tierwohlstallungen investieren. Doch jede Firma gerät langfristig in finanzielle Schwierigkeiten oder gar in die Pleite, wenn Dinge erzeugt werden, die nicht gekauft oder gebraucht werden“, erklärt Wallner.

AMA-Gütesiegel schafft Sicherheit

Das rot-weiß-rote AMA-Gütesiegel kennen 90 Prozent der Bevölkerung. Es ist ein verlässliches Zeichen beim Lebensmitteleinkauf für österreichische Herkunft, höhere Qualität und unabhängige Kontrollen. Alle 30 Minuten findet eine AMA-Gütesiegel-Kontrolle statt. 41.000 bäuerliche Familienbetriebe (ein Drittel der österreichischen Betriebe) produzieren für das AMA-Gütesiegel.

Fragwürdige Markt-/Machtkonzentration

Die enorme Marktkonzentration, die Einkaufsmacht und damit verbundene Möglichkeit der Produktvorauswahl für die Konsumenten, ermöglicht den Handels-Konzernen bewusst oder unbewusst Einfluss auf die Lebensmittelproduktion bzw. die bäuerlichen Familienbetriebe zu nehmen. Ein Nichtaufnehmen in die Produktpalette oder gar eine Auslistung kann folgenswer sein. Der Eigenmarkenanteil der Lebensmittelketten ist seit Jahren im Steigen begriffen. Wertmäßig ist der Anteil an Lebensmitteln am gesamten Warenkorb bei über 34 Prozent.

„Der steigende Eigenmarkenanteil des Lebensmittelhandels führt zu einem weiteren Druck gegenüber den Lebensmittelkonzernen und Bauern. Die Erzeuger haben dem nur wenig entgegenzusetzen. Ihnen bleibt kaum eine andere Möglichkeit als den verlangten Konditionen zuzustimmen. Das ist kein fairer Wettbewerb auf Augenhöhe. Und die Folge davon ist ein geringerer Produkterlös. Für den Konsumenten ist es doch von größerer Relevanz zu wissen, von welcher Molkerei die Milch verarbeitet wurde, als den Namen des Lebensmittelgeschäftes darauf zu lesen“, betont Wallner.

Handel und Konsumenten müssen sich zur heimischen Landwirtschaft bekennen

In Österreich beherrschen die drei Lebensmittelketten (Spar, REWE und Hofer) mit einem Marktanteil von rund 90 Prozent den Lebensmittelhandel. Zweieinhalb Millionen Haushalte lassen ihr Geld bei nur drei verschiedenen Konzernen. Der Druck auf Erzeuger bzw. Lieferanten ist teils enorm. Das zeigen auch die Berichte des seit dem 1. März 2022 aktiven und weisungsfreien Fairnessbüros, welches im Landwirtschaftsministerium angesiedelt ist.

Der Lebensmittelhandel schmückt sich in seinen diversen Werbeformaten mit Bildern die häufig mit dem realen Bild der Landwirtschaft nur wenig zu tun haben. Da der Handel immer höhere Ansprüche und teils auch Vorgaben an die heimische Landwirtschaft stellt, könnte im Umkehrschluss auch auf die Auslistung ausländischer Waren, die nicht den heimischen Öko- und Tierwohlstandards entsprechen, gefordert werden. Rasch würden sich die Regale leeren und man würde beispielsweise kein billiges Putenfleisch aus Italien mehr finden, welches wie kürzlich aufgedeckt aus tierquälerischer Haltung („Toe Trimming - Veröden von Zehen bei Küken“) stammt.

„Die Diskussionen über Umwelt- und Tierschutz bergen eine gewisse Scheinmoral in sich. Die dahintersteckende Ideologie gefährdet die Erzeugung heimischer Lebensmittel und die hohen österreichischen landwirtschaftlichen Produktionsstandards. Tierleid kann aktiv verhindert werden, indem sich der Konsument beim Einkauf für österreichisches Fleisch entscheidet. Eine durchgehende verpflichtende Herkunftskennzeichnung bei verarbeiteten Lebensmitteln und in der Gastronomie würde für den Konsumenten Wahlfreiheit und mehr Transparenz bedeuten“, erläutert Wallner und appelliert an alle Konsumenten nicht nur über die heimische Qualität zu sprechen, sondern sie auch zu kaufen.

+++

Rückfragenhinweis:

DI Michael Harant, BEd BSc

+43 732 773866 - 811

+43 664 8326212

michael.harant@ooe.bauernbund.at