

Heimische Gastronomie setzt auf regionale Qualität

AMA Marketing: Gäste wünschen sich Schnitzel mit Stammbaum

Ob auf einer Almhütte, im traditionellen Wirtshaus oder im Haubenrestaurant - Österreichs Gastronomen setzen beim Lebensmitteleinkauf auf heimische Qualität. Bereits 1.300 Gastronomiebetriebe wurden bisher bundesweit mit dem AMA-Gastrosiegel zertifiziert. "Der Wunsch nach Regionalität steigt einerseits beim Einkauf für zu Hause, denn laut jüngsten Umfragen ist die regionale Herkunft für 84% der Konsumenten das wichtigste Kaufkriterium. Andererseits spüren wir diesen Trend auch in der Gastronomie - und dies sowohl bei den Gästen, als auch bei den Gastwirten. Das AMA-Gastrosiegel ist hierfür ein wichtiges Zeichen. Es steht für das Schnitzel mit Stammbaum", erklärte heute **Stephan Mikinovic**, Geschäftsführer der AMA Marketing anlässlich einer Pressekonferenz.

Tatsächlich kann das seit vier Jahren bestehende AMA-Gastrosiegel auf erfreuliche Zahlen zurückblicken. Jüngste Befragungen ergaben, dass bereits 26% dieses Herkunftssiegel für die Gastronomie spontan kennen. Noch mehr, nämlich 34% der Befragten, können es mit einem Wirt ihres Vertrauens verbinden. Und für 71% der Gäste ist es wichtig, dass zukünftig noch mehr Gasthäuser und Restaurants mit dem AMA-Gastrosiegel die Herkunft von Produkten auf ihrer Speisekarte ausloben.

Positionierung gegenüber dem Wettbewerb

Für die Gastronomie und Hotellerie ist die Auszeichnung mit dem AMA-Gastrosiegel wichtig und wertvoll. Dieser Überzeugung sind zumindest jene drei Gastronomen, die ihr Bekenntnis zur Regionalität beim heutigen Pressegespräch öffentlich bekundet haben, nämlich Elisabeth Grabmer von der Waldschänke in Grieskirchen, Erich Mayrhofer alias "Bärenwirt" in Petzenkirchen, und Helmut Österreicher, Gastgeber im MAK. Sie heben sich mit der Rohstoff-Zertifizierung vom Wettbewerb ab, denn die Verwendung regionaler Rohstoffe ist ein wichtiges Kriterium für die Positionierung. Die Gäste wünschen sich neben der Regionalität auch eine transparente Auslobung, woher die Produkte stammen, was wiederum Vertrauen gegenüber dem Wirt schafft und letztlich zur Stammkundenbindung beiträgt.

Praktikable Umsetzung des Einkaufs

Gerade in der Gastronomie muss der Wareneinkauf einfach und unkompliziert erfolgen. Diesem Wunsch trägt das AMA-Gastrosiegel Rechnung, indem laufend über regionale Markenfleischprogramme informiert wird. Die AMA Marketing kontrolliert mittlerweile über 50 Markenfleischprogramme im Schweine- und Rindfleischsegment, die zum Großteil auch im Gastronomiegroßhandel erhältlich sind. C&C-Märkte nutzen diesen Trend und setzen auf umfangreiche regionale Sortimente, um die erhöhte Nachfrage nach Produkten aus der Region befriedigen zu können.

"Wir merken eine deutliche Aufbruchsstimmung und Neuorientierung in der Branche. Globaler Einheitsgeschmack ist out, Gerichte mit Geschichte sind in. Mit der Zertifizierung als AMA-Gastrosiegel-Betrieb gehören die teilnehmenden Wirtshäuser und Restaurants in die "Oberliga" und repräsentieren die kulinarische Destination Österreich", meint **Birgit Mondl**, Projektmanagerin des AMA-Gastrosiegels.

Mondl verweist auf folgende Fakten zu diesem Siegel: Das Rohstoff-Zertifizierungssystem besteht seit 2008. Rund 1.300 Wirte nehmen österreichweit daran teil, davon sind 48% Mitglied bei Wirtshauskulturinitiativen, 25% sind Hotelbetriebe, 20% Haubenrestaurants. Basis für die Zertifizierung ist die Herkunftsauslobung in den Produktkategorien Fleisch, Milchprodukte, Eier, Obst, Gemüse, Erdäpfel, Wild und Süßwasserfisch. Dies wird auch in regelmäßigen Abständen kontrolliert.