

Regionalitäts-Trend hält verstärkt Einzug in die Gastronomie **Utl.: Erfolgreiche Marken "Alpenvorlandrind" und "Tullnerfelderschwein"**

Wien (OTS) - 51% des Fleischverzehrs finden in Österreich außer Haus statt. Um den Bedarf abzudecken, müssen jährlich 100.000 Lebendrinder eingeführt und hier geschlachtet werden. Und auch im Schweinefleischbereich halten deutsche Importe (unsere Nachbarn haben einen Selbstversorgungsgrad von 120%) einen recht hohen Anteil. Seit die Konsumenten aber auch in den Restaurants immer öfter den Wunsch nach Fleisch aus der Region deponieren, wird die Gastronomie zu einem wichtigen Partner bei der Forcierung des Bewusstseins für Regionalität. Kooperationen mit regionalen Erzeugerorganisationen und dem Fachhandel entwickeln sich zunehmend zu einer Erfolgsgeschichte, wie heute bei einem Pressegespräch an den Beispielen "Alpenvorlandrind" und "Tullnerfelderschwein" aufgezeigt wurde.

Diese beiden Marken wurden vom niederösterreichischen Gut Streitdorf für die regionale Gastronomie gelauncht - mit dem Großhandelsunternehmen AGM als starkem Vertriebspartner. Die Einhaltung der hohen Qualitäts- und Herkunftskriterien wird von der **AMA Marketing** abgesichert. "Wir konnten alleine im vergangenen Jahr insgesamt etwa 1.500 Rinder und 10.500 Schweine absetzen - ein Erfolg für die niederösterreichische, klein strukturierte Landwirtschaft", so Werner Habermann von der EZG. Beim Alpenvorlandrind konnte so der Marktanteil in der Gastronomie seit dem Jahr 2009 auf 10% verdoppelt werden. Bis 2013 sollen es schließlich 30% sein, so das ehrgeizige Ziel. Für die teilnehmenden Rinderhalter bedeutet die Vermarktung über diese Schiene einen um 20% höheren Erzeugerpreis.

AMA-Gütesiegel bringt Qualität und Sicherheit

Hinter diesen Marken der Erzeugergemeinschaft steht die Philosophie von Sicherheit, Qualität und Kontrolle. "Die Konsument/-innen wollen auf die Auslobungen und Zeichen bedingungslos vertrauen können. Die **AMA Marketing** hat darauf reagiert und die Herkunftssysteme 'sus' für Schweine- und 'bos' für Rindfleisch entwickelt", so Rudolf Stückler, **AMA Marketing**-Manager für Fleisch und Fleischwaren.

Beim Alpenvorlandrind kommen die Kalbinnen aus den rund 200 teilnehmenden Mutterkuhbetrieben vom Marchfeld bis zum Tullnerfeld. Die Konsumenten dürfen sich auf beste Fleisch-Qualität verlassen, das kräftig rot in der Farbe, gleichmäßig marmoriert, besonders zart, feinfasrig und saftig im Geschmack ist. Werden spezielle Bedingungen bei Reifung und Lagerung eingehalten, kann für das Fleisch sogar eine "Zartheitsgarantie" abgegeben werden. Das "bos"-Programm hat bereits einen Marktanteil von mehr als 90% erreicht. Es wird von rund 2.000 österreichischen Schlacht- und Zerlegebetrieben geführt. Neben diesem freiwilligen Herkunftsabsicherungsprogramm ist das Alpenvorlandrind auch mit dem **AMA**-Gütesiegel ausgezeichnet. "Das bedeutet, Qualitätsanforderungen, die über dem gesetzlichen Standard liegen, Ursprung und Herkunft des Tieres zu 100% aus Österreich sowie strenge und unabhängige Kontrollen", informierte Stückler.

Geboren, gemästet und geschlachtet in Österreich

Auch beim "Tullnerfelderschwein" wird die Herkunft Österreich ausgelobt, da bei diesem regionalen Programm die Ferkel hierzulande geboren, gemästet und

geschlachtet werden. Konkret von rund 300 Zuchtbetrieben in Niederösterreich. "Die Bauern produzieren für die regionalitätsaffinen Wirte und Gäste, die 'ihre Bauern kennen möchten'. Dieses Vertrauensverhältnis ist die Basis für starke Regionalmarken", erläuterte Johann Nolz von der Schweinebörse. Das klare, nachvollziehbare, freiwillige Schweinekennzeichnungssystem "sus" sichert die Herkunft und Qualität vom "Tullnerfelderschwein" durch Angaben zu Geburt, Mast, Schlachtung und Qualität. Die Rückverfolgbarkeit wird durch die weitere Etikettierung bei der Grob- und Feinzerlegung garantiert und von der **AMA** kontrolliert. Die hohe Fleischqualität wird zudem durch die Einhaltung genauer Gewichts- und pH-Wert-Grenzen abgesichert. Spätestens Mitte des kommenden Jahres soll auch das "Tullnerfelderschwein" schließlich das **AMA**-Gütesiegel erhalten.

Erklärtes Ziel der EZG ist es, mit dem "Tullnerfelderschwein" die deutsche Importquote zu verringern, auch wenn die heimischen Landwirte aufgrund ihrer Betriebsgröße und den deutlich höheren Lohnkosten in der Verarbeitung Wettbewerbsnachteile erleiden und mit dem internationalen Preisniveau nicht mithalten können. Die durchschnittliche Bestandesgröße in Österreich liegt bei 70 Schweinen, in Dänemark sind es 1.500 und in Irland 2.000. Im Rindersektor hält ein heimischer Züchter im Schnitt 23 Rinder, in Deutschland rund 69 und in Brasilien zirka 2.000.

"Österreich hat Vorrang" beim Vertriebspartner AGM

Der Frische-Spezialist AGM, mit 21 Standorten räumlich stark in den Regionen vertreten, steht voll hinter dem Konzept der Erzeugergemeinschaft: "Denn Österreich ist eine der strategischen Säulen in unserer Sortimentsphilosophie. Wir bilden die Vielfalt der Regionen in unseren Regalen ab", erklärte Geschäftsführer Robert Kogler. "Insgesamt haben wir bereits 160 Artikel der Genussregionen in unserem Sortiment. Fleisch ist dabei eine besonders wichtige und emotionale Warengruppe, deshalb freuen wir uns, dass das Alpenvorlandrind und Tullnerfelderschwein einen so guten Absatz finden." Mehr als 500 t davon sind allein in den vergangenen zwölf Monaten bei AGM über den Ladentisch gegangen. Zielgruppe sind laut Kogler "alle gastronomischen Schienen - vom Gasthof um's Eck bis zum Sternehotel". Eine Preisdifferenz gebe es bei Schweinefleisch nicht, das Fleisch vom Alpenvorlandrind sei hingegen um EUR 1,- aufwärts teurer - je nach Teilstück. Insgesamt sind etwa 90% des Schweine-, Rind- und Kalbfleisches bei AGM aus Österreich - ein überdurchschnittlicher Prozentsatz im Gastronomiegroßhandel.

Über die Erzeugergemeinschaft Gut Streitdorf

Das Gut Streitdorf ist federführend in der Organisation der Landwirte für Qualitätsprogramme. Aber auch in Fragen der Vermarktung und der Marketingkonzepte, insbesondere auch für die Gastronomie, zeigt sich die EZG verantwortlich. Die Absicherung der landwirtschaftlichen Produktion in Niederösterreich ist einer der wichtigsten Gründe für das Engagement der Erzeugergemeinschaft im Gastrobereich.

Über **AMA Marketing**

Die **AMA Marketing** ist in Österreich für das gesamte Agrarmarketing und die Entwicklung von Qualitätsprogrammen im Lebensmittelbereich zuständig. Die Flaggschiffe sind das **AMA-Gütesiegel** und das **AMA-Bio-Zeichen**.

Über AGM: Nähe, Frische und Kompetenz

AGM ist mit 21 Märkten und etwa 900 Mitarbeitern der größte C&C-Anbieter Österreichs mit Vollsortiment. Der Frische-Spezialist ist flächendeckend in allen Bundesländern vertreten. (Schluss) wol

Rückfragehinweis:

Mag. Hermine Hackl, Unternehmenskommunikation **AMA Marketing**
Tel.: 01/ 33 151-404, E-Mail: hermine.hackl@ama.gv.at

DI Werner Habermann, EZG Gut Streitdorf
Tel. : 0664/2321577, E-Mail: w.habermann@noe-rinderboerse.at

Mag. (FH) Karin Nakhai, Pressesprecherin und Leiterin Media Relations REWE International AG
Tel.: 02236 600-5261, E-Mail: k.nakhai@rewe-group.at