

FACHTAG

REGIONALER LEBENSMITTELEINKAUF DER ÖFFENTLICHEN HAND

IM RAHMEN DES FORUMS „ÖSTERREICH ISST REGIONAL“



WORKSHOP

REGIONALISIERUNG UND
ÖKOLOGISIERUNG:
(K)EIN WIDERSPRUCH!?

MODERATION + INPUT:
RÜDIGER SACHSENHOFER, AMA-MARKETING

WEITERE INPUTS:
JOHANNA AUZINGER, BIO AUSTRIA

BJÖRN RASMUS, BIOALPIN

Regionalisierung und Ökologisierung: „(K)ein Widerspruch!“

Rüdiger Sachsenhofer

AMA-Marketing

Igls, 9.11.21



Regionalität und Bio

- Ideal: regionale und biologische Lebensmittel
- Herausforderung: kontinuierlich verfügbare Mengen
- alternativ - Einsatz regionaler konventioneller Lebensmittel, wenn biologische Lebensmittel nicht regional verfügbar sind – Steigerung der Nachhaltigkeit, geringerer CO₂-Verbrauch durch kürzere Transportwege → „besser fürs Klima“

Chancen

- Durch die Herkunftsinformation bzw. das Angebot regionaler Lebensmittel in Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen kann das Vertrauen und das Bewusstsein der Konsumenten gestärkt werden
- regionale Lebensmittel mit Geschichten anbieten z. B. Informationen über den Erzeugerbetrieb (Familienbetriebe, Fleischereien oder Molkereien aus der Umgebung, Eier aus Freilandhaltung, etc.) – Mehrwerte regionaler Lebensmittel vermitteln!

Herausforderungen

- verpflichtende Herkunftsinformation – über freiwillige Systeme
- verstärkte Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln kann Entscheidung zum Einsatz fördern, aber es bleibt trotzdem freiwillig

Herausforderungen

- Angebot von regionalen Bio-Lebensmitteln in der benötigten Menge und Qualität
 - oft große preisliche Unterschiede → Bereitschaft der Konsumenten, einen höheren Preis zu zahlen, gelingt nur über die Vermittlung von Mehrwerten/Geschichten zum Produkt
 - günstige Lösungen durch direkten Kauf von Produzenten - garantierte Abnahme über längeren Zeitraum; Bereitschaft, sich auf einen für alle Beteiligten fairen Preis zu einigen

Beispiel Putenfleisch

- Hintergrund: Der Betrieb Wech-Geflügel GmbH bemüht sich seit Mai 2020 um intensive Steigerung der Putenfleisch Produktion (vermehrter Bau von Stallungen, Um- und Ausbau bereits bestehender Ställe für eine höhere Kapazität und mehr Platz für die Tiere). Mit dem ersten Halbjahr 2022 wird es zu einem kontinuierlichen Anstieg an verfügbarem AMA-Putenfleisch kommen (ca. 20t/Woche, Steigerung ca. 25%). Diese neuen Mengen an regionalem Putenfleisch sollten auch regionale Abnehmer finden.
- Derzeit ist der Anteil von AMA-Putenfleisch in der Gastro gering. Ein Ausbau dessen Einsatzes in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung wäre zielführend.

Beispiel Rama Cremefine

- Hintergrund: Werden regelmäßig Gerichte mit laktosefreien Zutaten zubereitet, wird oft Rama Cremefine laktosefrei in größeren Gebinden (ab 1 L) eingesetzt, da ein vergleichbares Milchprodukt regional nicht verfügbar ist.
- Lösung: Eine Nachfrage bei österreichischen Molkereien, welche laktosefreie Produkte anbieten, hat gezeigt, dass bei entsprechender Vereinbarung mit Gastronomiebetrieben auch laktosefreies Schlagobers in größeren Gebinden hergestellt werden würde.

Herausforderungen

- Einsatz von Convenience-Produkten
 - gesteigerte Nachfrage nach Convenience-Produkten → regionale Verfügbarkeit und Bio?
 - Ausbildung & Verfügbarkeit von Küchenpersonal
 - können auch Convenience-Produkte von regionalen Verarbeitern z. B. Landena mit regionalen Rohstoffen hergestellt werden - möglicherweise auch in Bio-Qualität?

Danke für die
Aufmerksamkeit



I N P U T

Johanna Auzinger, BIO AUSTRIA

Wir schauen aufs Ganze.
Die BIO AUSTRIA Bäuerinnen und Bauern



BIO AUSTRIA



ANTEIL DER BIO-BETRIEBE UND BIO-FLÄCHEN NACH BUNDESLÄNDERN (2020)

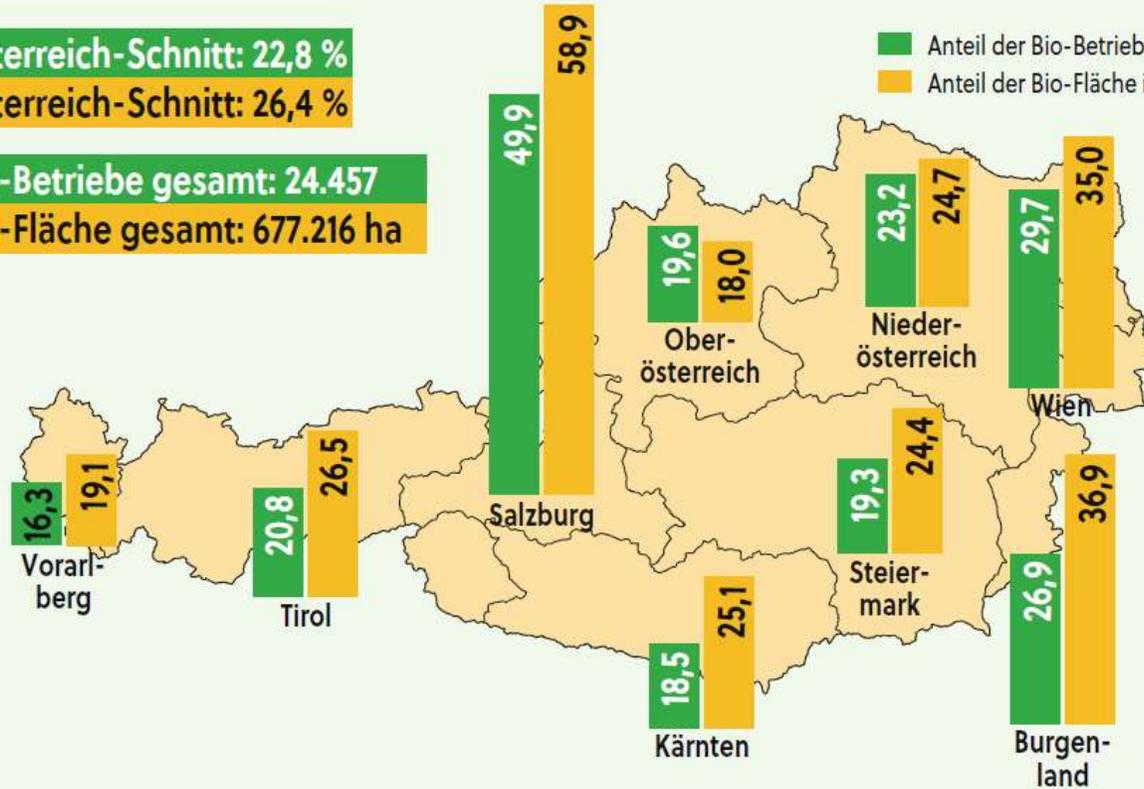
Österreich-Schnitt: 22,8 %

Österreich-Schnitt: 26,4 %

Bio-Betriebe gesamt: 24.457

Bio-Fläche gesamt: 677.216 ha

■ Anteil der Bio-Betriebe in Prozent
 ■ Anteil der Bio-Fläche in Prozent



Quelle: BMLRT, AMA 2020, Zahlen sind vorläufig

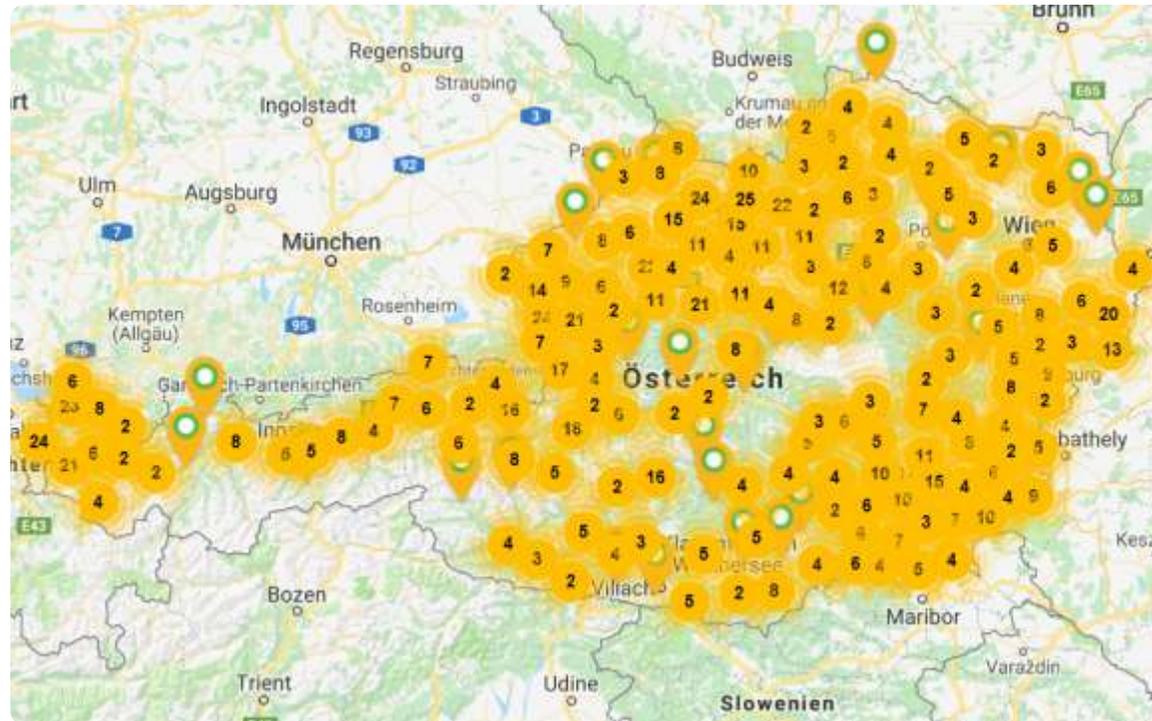
Österreich Bio-Europameister



Nirgendwo sonst sind die Bio-Strukturen so dicht wie in der Alpenrepublik.

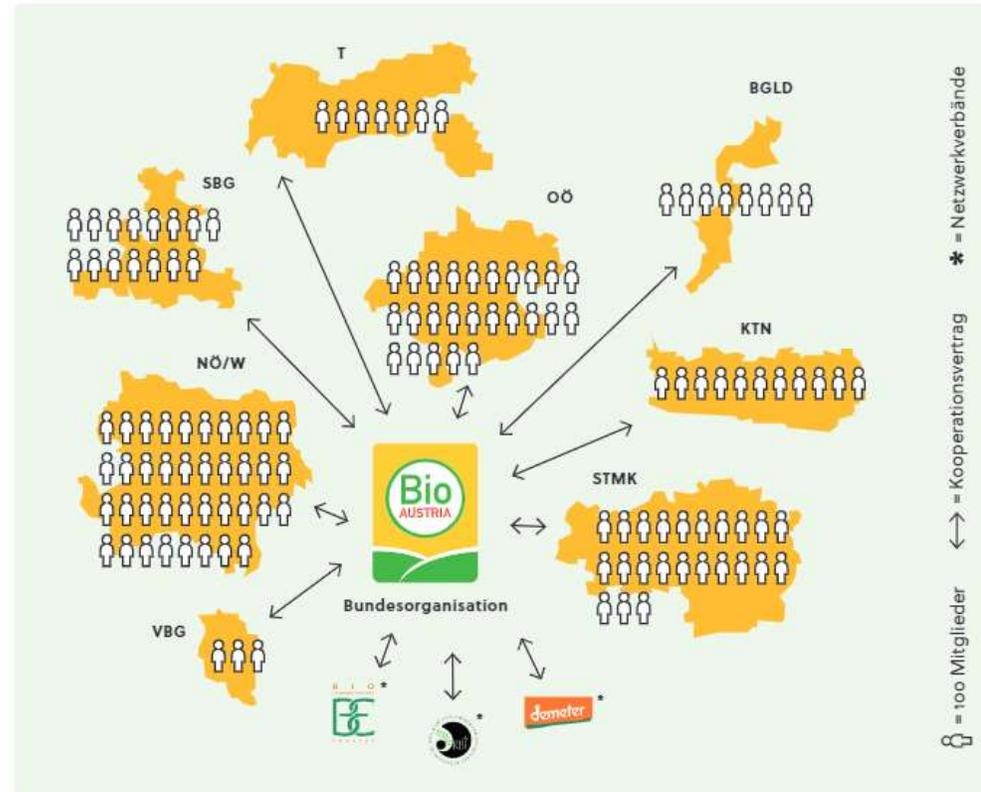
Rund *13.000* der heimischen *Biobauern und Biobäuerinnen* sind Mitglied bei BIO AUSTRIA.

Sie produzieren Bio-Lebensmittel, die *über die* gesetzlichen Anforderungen der *EU-Bio-Verordnung* hinausgehen.

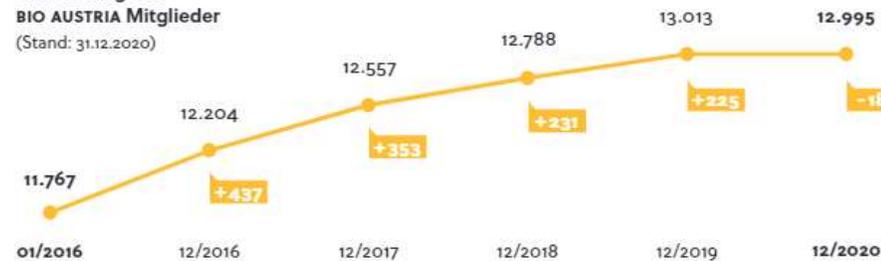


Unsere Struktur

- In jedem Bundesland ein Verein und eine Geschäftsstelle von BIO AUSTRIA
- Bundesbüro in Wien und Linz
- Netzwerkverbände ERDE & SAAT, Demeter und Biolandwirtschaft Ennstal
- Anzahl der Biobäuerinnen und Biobauern nimmt zu



Entwicklung der BIO AUSTRIA Mitglieder (Stand: 31.12.2020)



Die BIO AUSTRIA Bäuerinnen und Bauern gestalten die Landwirtschaft der Zukunft



- Produzieren beste Bio-Qualität aus Österreich
- Wertegemeinschaft (Ökologie, Würde der Tiere, Verantwortung und Fairness)
- Erhalten die Vielfalt unserer Erde
- Artgerechte Tierhaltung mit biologischem Futter
 - Futtermittel müssen bio-zertifiziert sein und stammen Größtenteils vom eigenen Hof und aus Österreich
- Gentechnikfreie Produktion auf allen Stufen



© Bio Ernte Steiermark

Wir werden geschätzt



Das BIO AUSTRIA Siegel von Greenpeace Österreich als herausragendes, „sehr vertrauenswürdiges und besonders nachhaltiges“ Gütezeichen eingestuft.

Das Vertrauen der KonsumentInnen in die BIO AUSTRIA Bäuerinnen und Bauern ist sehr hoch.

Was wir leisten



- Beratung und Bildung
 - Schulungen, Praxislehrgänge
 - BIO AUSTRIA Bauertage
- Informieren über Vorzüge der Bio-Landwirtschaft
- Politische Vertretung der österreichischen Biobäuerinnen und Biobauern auf nationaler und internationaler Ebene



Wir schulen GemeinschaftsverpflegerInnen und KüchenleiterInnen



© Bio Ernte Steiermark

- BeraterInnen für die Außer-Haus-Verpflegung in allen 9 Bundesländern (seit rund 20 Jahren)
 - Individuelle Beratung vor Ort
 - Hilfestellung bei der Umstellung und Lebensmittelbeschaffung
-
- Vernetzungs- und Schulungsveranstaltungen 2021
 - Bio Symposium Tirol
 - Online Schulungen in den Bundesländern

Außer-Haus-Verpflegung in Österreich



2 Mio. Personen werden in der Außer-Haus-Verpflegung pro
Öffnungstag verköstigt



45% davon werden in den GV-Betrieben versorgt

Quelle: Gastro Obsearcher

Regierungsbeschluss



Vorgaben für den Einsatz von Bio-Lebensmitteln in öffentlichen Kantinen in Bundeszuständigkeit beschlossen

Stufenweise Erhöhung des (monetären) Anteils an Bio-Lebensmitteln

- Ab 2023 25%
- Ab 2025 30%
- Ab 2030 55%



© Bio Ernte Steiermark

Best Practice Beispiele: Beschaffung von Speisen und Lebensmitteln in Wien



9 Spitäler,

- Frischküchen

11 Pflegehäuser und Geriatriezentren

- Contract Catering

- 30 bis 50 % Bio-Anteil

- Natürlich gut Teller



360 Schulen

40 % Bio-Anteil

Schulfruchtprogramm

Contract Catering

34.000 Mahlzeiten /d

Cook and freeze



30 Frischküchen

- Tagessatz < 4,0 €

- > 30 % Bio-Anteil

- Fische aus heimischen Aquakulturen

(Abnahme des gesamten Teichbesatzes)

- Äpfel und Apfelsaft direkt vom Erzeuger

(Abnahme der gesamten Ernte)

- Wurst von Hähnen *(Aufzucht von männlichen Legehennenküken)*

- Natürlich gut Teller

- „Regional-Optimal“-Projekt



400 Kindergärten

50 % Bio-Anteil

Gesunde Jause

Contract Catering

Cook and freeze





Was kommt uns morgen auf den Teller?

Bestbieterkriterien für die Lebensmittelbeschaffung



**Vereinbarung des Bestbieterprinzips bei der Beschaffung folgender Lebensmittel:
KN-Code 02 (Fleisch und genießbare Schlachtnebenerzeugnisse), 0401 (Kuhmilch),
0405 (Butter), 0407 (Eier), 0701-0709 (Gemüse) sowie 0808-0810 (Obst).**

Qualitätsanforderungen / Technische Spezifikation / Zuschlagskriterien

Beispiele:

- Bio-Kriterien
- Gentechnikfreie Produktion
- Haltungsformen
- Tierschutzbestimmungen
- Fleischreifung bei Rindfleisch – Edelteilen
- pH-Wert bei Rind- und Schweinefleisch
- Anerkannte Qualitätssicherungssysteme mit externen Kontrollen
- Tierwohlstandards (z.B. Einstreuhaltung, Freilandhaltung)

INPUT

Björn Rasmus, Bioalpin

*Fachtag REGIONALER LEBENSMITTELEINKAUF
DER ÖFFENTLICHEN HAND im Rahmen des Projekts
„Forum Österreich isst regional“*

*1. Regionalisierung und Ökologisierung: „(K)ein
Widerspruch!?“*

Impuls: Die Genossenschaft Bioalpin



*Eine Marke in den Händen
der Tiroler Bio-Bergbauern*





Unternehmensvision

- *Tiroler Bio-Bauern führen ihre eigene Marke*
- *Bio aus der kleinstrukturierten Berglandwirtschaft für möglichst viele Kunden erlebbar machen*
- *Die Existenz von möglichst vielen Bergbauernbetrieben sichern*



KLEIN ABER FEIN

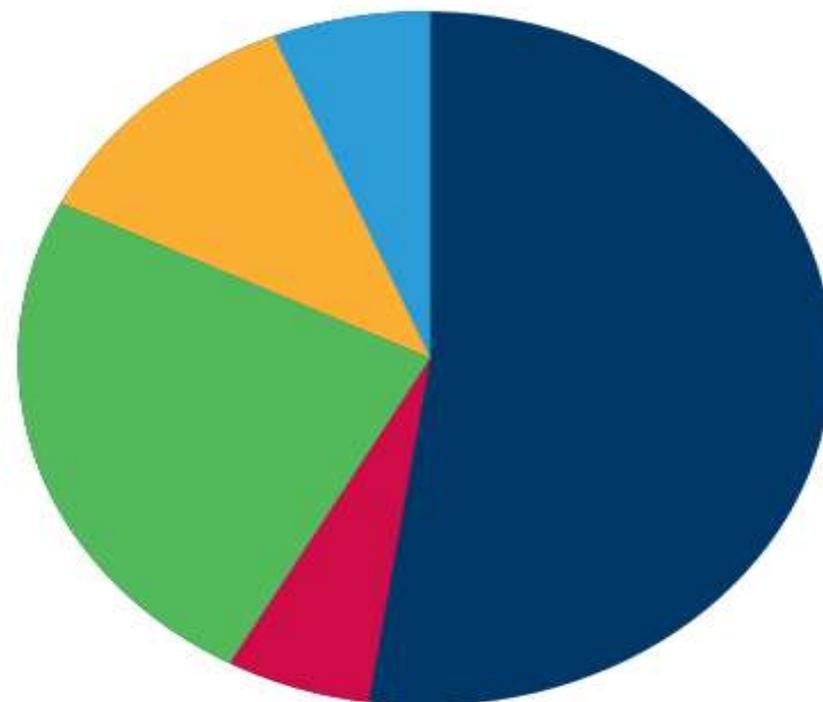
Hintergrund

- *Genossenschaft „Bioalpin“ wurde 2002 gegründet Marke „BIO vom Berg“ gehört der Genossenschaft*
- *Mitglieder sind Tiroler Bio-Bauern und Bio-Verarbeiter im Raiffeisenverband (eGen)*
 - *Marketing, Produktentwicklung, Vertrieb, Aufbau von Strukturen*
- *Derzeit 60 Mitglieder, ca. 600 zuliefernde Tiroler Bauern*



*25 Getreidebauern und Verarbeiter
3 Obstbauern und Obstgenossenschaften
11 Gemüsebauern
11 Sennereien und über 600 Bauern
2 Metzger
11 Eierproduzenten*



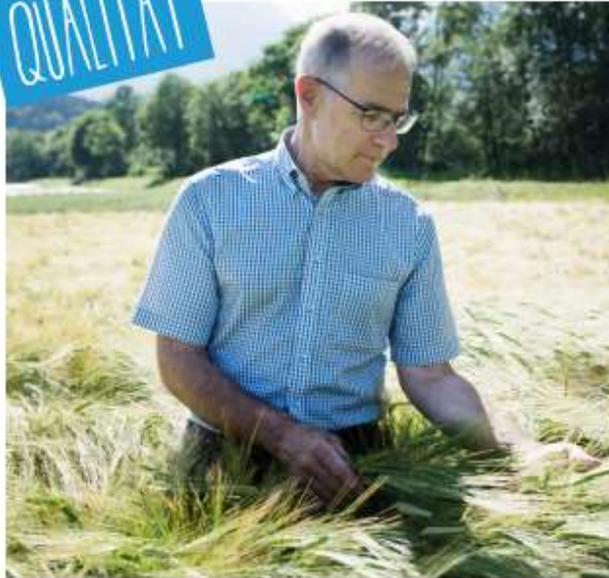


- *Molkereiprodukte*
- *Fleischwaren*
- *Obst & Gemüse*
- *Eier*
- *Sonstiges*



*In Kooperation mit BIO Austria wollen
wir ein neues Zeichen für unsere
Qualität definieren*

QUALITÄT



Ziel ist es regionale Bio-Lebensmittel zu bündeln um Angebot und Logistik zu verbessern

Es wurden schon Änderungen am Sortiment vorgenommen (z.B. Großgebilde) um die Anforderungen von Großküchen erfüllen zu können

BIO und regional gehört eindeutig definiert und der Anteil geregelt. Vorgaben können erfüllt werden....



Danke für Ihre Aufmerksamkeit.



DISKUSSION

ZUSAMMENFASSUNG

- Bio und regional sind kein Widerspruch, sondern können sich gut ergänzen
- Bio soll aber aus der Region sein und nicht aus Staaten, die „tausende“ Kilometer entfernt sind
- Informationen über Herkunft müssen stimmen
- Qualität & Geschmack müssen passen
- Kontinuierliche verfügbare Mengen sind erforderlich
- Mehrwert der Produkte muss für Konsumentinnen und Konsumenten erkennbar sein – Storytelling – was steckt dahinter? Warum soll ich dafür mehr bezahlen?
- Knackpunkt Preis bzw. Budgets – in Summe 4 bis 6 Euro Wareneinsatz für Frühstück, Mittag- und Abendessen sind für Bio, regional und mehr Tierwohl zu wenig
- mehr monetäre Mittel müssen zur Verfügung gestellt werden um die Ziele des naBe-AP erreichen zu können
- Servicestellen und Food Hubs sind für die Zusammenarbeit kleiner Unternehmen und Direktvermarkter notwendig, z.B. Genossenschaften wie Bioalpin, bäuerliches Versorgungsnetzwerk Steiermark – Unterstützung für den Verkauf über den Gastrogroßhandel und elektronische Abwicklung (Rechnungslegung)