

HERKUNFT SICHER NACHWEISEN

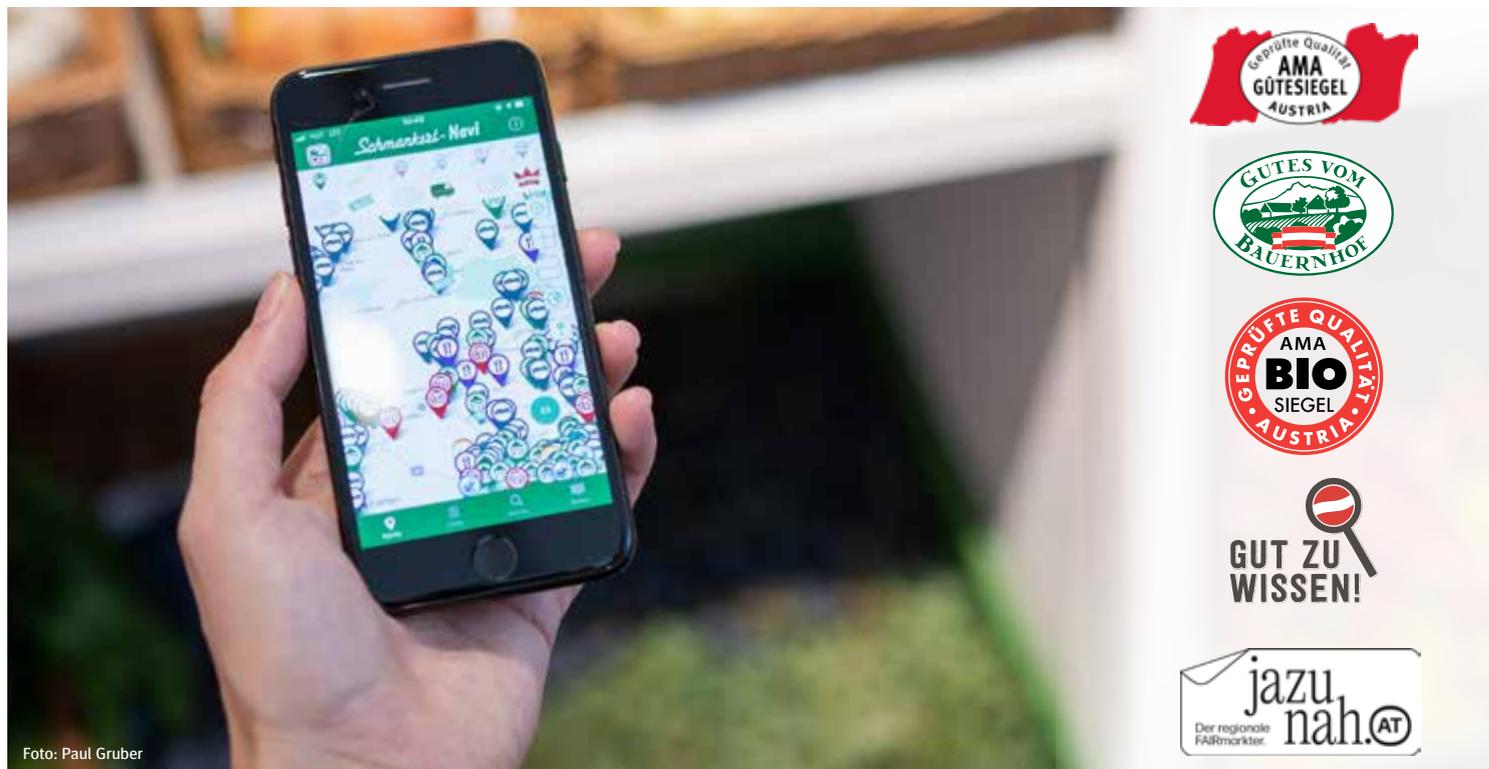


Foto: Paul Gruber

Wertschöpfung durch Kennzeichen



Johannes Schmuckenschlager
Präsident LKNÖ

Kennzeichnung bringt Wissen, Wertschätzung und Wertschöpfung: Die durchgängige, gesetzlich verpflichtende Herkunftskennzeichnung ist eine zentrale Forderung der LK NÖ. Schon heute kann in vielen Fällen bewusst auf heimische Ware zurückgegriffen werden: Durch den Blick auf das Siegel von Gutes vom Bauernhof, aufs AMA-Gütesiegel, das AMA-Biosiegel im Geschäft, die „Gut zu Wissen“ Herkunftsauslobung in öffentlichen Kantinen oder beim Wirt des Vertrauens, der freiwillig kommuniziert, wo die Lebensmittel herkommen. Die Ausweitung der verpflichtenden Herkunftskennzeich-

nung für alle Vermarktungsbereiche und die Erweiterung der Lebensmittelkategorien auch auf verarbeitete Produkte sind ein konsequenter und notwendiger nächster Schritt für eine transparente Lebensmittelversorgung.

Dafür arbeiten wir

- Verpflichtende Herkunftskennzeichnung für be- und verarbeitete Produkte
- Konsequente Kontrolle bestehender Verpflichtungen zur Herkunftskennzeichnung
- Konsequente Selfchecks aller öffentlichen Einrichtungen zum Umsetzungsgrad des Aktionsplans für nachhaltige Beschaffung
- Einrichtung eines unabhängigen Kompetenzzentrums Herkunftskennzeichnung und öffentliche Beschaffung für Lebensmittel
- Weiterentwicklung beste-

hender „starker“ & Etablierung neuer Marken, wie zum Beispiel „Waldviertler Karpfen“

- Einführen einer verpflichtenden Herkunftskennzeichnung in der Gastronomie
- Ausweitung der verpflichtenden Herkunftskennzeichnung in der Gemeinschaftsverpflegung auch auf Obst, Gemüse, Hülsenfrüchte, Getreide und Öle
- Implementierung des Aspekts der Versorgungssicherheit in das Vergaberecht auf

EU- und nationaler Ebene, sodass „regionale“ Beschaffung mit dem Wettbewerbsrecht in Einklang gebracht wird

- Dezentralisierung der Lebensmittelbeschaffung in den Bundes- und allen Landeseinrichtungen
- Entwicklung & Einführung eines Zertifizierungssystems für öffentliche Großküchen
- Forschungsschwerpunkt betreffend Regionalität und Versorgungssicherheit in Großküchen etablieren

Inhalt

Warum das AMA-Gütesiegel bei Getreideherkunft so stark ist	36
Warum Fleisch, Milch & Eier Musterschüler sind	38
„Gut zu Wissen“: die Vorteile für Gast, Gastronomie & Landwirtschaft	40
Mit der „AMA Genussregion“ weiß man, was man beim „Schüller“ isst	42
Wie „Gutes vom Bauernhof“ Qualität bäuerlicher Herkunft garantiert	43
„Ja zu Nah“: Wo Landwirt:innen und Großküchen zusammen finden	44
Für Mitarbeiter:innen: Regionale Kraftnahrung aus der Kantine	46
Öffentliche Beschaffung: Regional gewünscht – global geliefert?	47
Regionalitäts-Check – Woher kommen Bio-Produkte im Supermarkt?	48

Österreichs Ackerbäuerinnen und Ackerbauern produzieren auf ihren Feldern hochwertiges Getreide, das zu schmackhaften Produkten weiterverarbeitet und von Konsument:innen nachgefragt wird.



Foto: Philipp Monhart/LK NÖ

Warum das AMA-Gütesiegel bei Getreideherkunft so stark ist

Nicht nur wo, sondern auch wie heimische Landwirt:innen Getreide produzieren, zeichnet sie aus und hebt sie im internationalen Wettbewerb hervor. Wie das AMA-Gütesiegel dies nachweisbar und für alle sichtbar macht, erfahren Sie im Beitrag.



Dir. Dipl.-HLFL-Ing.
Manfred Weinhappel
Tel. 05 0259 22001
manfred.weinhappel@lk-noe.at

Nicht nur die Produktqualität heimischen Getreides liegt auf höchstem Niveau:
Auch die Art und Weise wie

es produziert wird – nämlich weitreichend unter den Bedingungen des österreichischen Agrarumweltprogrammes – hebt uns vom internationalen Wettbewerb ab und trifft zugleich die Erwartungen der Gesellschaft.

Entscheidend ist, dass den Konsumentinnen und Konsumenten ein geeignetes Werkzeug in die Hand gegeben wird, die Herkunft Österreich schnell und zweifelsfrei erkennen zu können.

Herkunft bei Ackerkulturen kennzeichnen

Gesetzliche Rahmenbedingungen sind oft unzureichend und gesamtwirtschaftlich schwierig umzusetzen. Vor allem greifen sie bis dato nicht bis auf die Ausgangsprodukte zurück.

Ein maßgeblicher rechtlicher, EU-weit gültiger Rahmen ist dazu der Zollkodex. Im Fall von Getreide, Brot und Backwaren regelt dieser, dass für die Herkunftsangabe der Ort der Vermahlung des Getreides und der nachgelagerten Verarbeitung maßgebend ist. Dies bedeutet, dass Brot und Gebäck als österreichisch bezeichnet werden darf, wenn das Mehl in Österreich gemahlen und verbacken wurde.

Die Herkunft des Getreides ist nicht mehr maßgebend. Ein Umstand, der für die Landwirtschaft nicht zufriedenstellend ist und die Erwartungshaltung des Konsumenten nicht trifft.

Gütesiegel-System lobt Herkunft aus

Freiwillige Gütesiegelsysteme, die von verschiedenen Teilnehmern in der Verarbeitungskette platziert werden können, sind für Konsumentinnen und Konsumenten sowie die Beteiligten in der Wertschöpfungskette nicht immer einfach nachvollziehbar und oft intransparent. Was und wie umgesetzt wird, entscheidet auch immer der Eigentümer des Gütesiegels oder der Marke.

Der Nutzen des AMA-Gütesiegels bei Getreide, Mehl, Brot und Backwaren

- Die mit dem rot-weiß-roten AMA-Gütesiegel ausgelobten Produkte gewährleisten eine durchgängige Produktion in Österreich: gesät – gepflegt – geerntet – verarbeitet – verbacken in Österreich.
- Das AMA-Gütesiegel ist nicht nur eine Herkunftsauslobung, es ist vielmehr auch eine Qualitätsauslobung. Wird unter dem AMA-Gütesiegel Regime produziert, werden Produktionsstandards erfüllt, die über das übliche Maß hinausgehen.
- Die Mehrleistungen der österreichischen Bäuerinnen und Bauern auf Basis des Österreichischen Agrar-Umweltprogrammes können beworben und somit bekannt gemacht werden.
- Das AMA-Gütesiegel schafft somit eine klare qualitative Abgrenzung zu Getreide und Ackerkulturen aus anderen Ländern.
- Es macht nicht nur die hohe Produktqualität, sondern vor allem auch die besondere Produktionsqualität sichtbar.
- Das AMA-Gütesiegel ist ein wirksames Werkzeug, um die Austauschbarkeit mit ausländischen Produkten deutlich zu reduzieren.
- Der Konsument hat nun auch bei Brot und Gebäck ein ihm bereits bekanntes und geschätztes Erkennungsmerkmal für hohe österreichische Qualität zur Hand.



Foto: Maksim Shebeko/stock.adobe.com

Qualitätszeichen mit Leben füllen



Ing. Lorenz Mayr
Vizepräsident LK NÖ

Das AMA-Gütesiegel ist seit über 30 Jahren ein verlässliches Zeichen für Qualität, Herkunft und Kontrolle, das zu 100 % in unseren bäuerlichen Händen ist. Seine Bekanntheit überschreitet die 90 % Marke weit und macht uns sichtbar. Das merkt man durch viele Nachfragen, wenn es kurzfristig auf einem Produkt fehlt. Für mich ein klares Zeichen, dass beim Einkauf der Lebensmittel stark auf unser Siegel geschaut wird und sofort Misstrauen gegenüber dem Handel oder den Herstellern aufkommt, wenn es nicht vorhanden ist. In einer globalisierten Welt braucht es mehr denn je klare Orientierung und verlässliche Standards. Das AMA-Gütesiegel bietet diese Sicherheit. Ein zentrales Anliegen ist es, dass unser AMA-Gütesiegel laufend weiterentwickelt wird. Klima, Tierwohl, Nachhaltigkeit und die wirtschaftliche Lage auf unseren Höfen stellen uns vor große Herausforderungen, die es zu meistern gilt. Genau deshalb ist es wichtig, gemeinsam mit der Branche klare Standards zu setzen und diese auch sichtbar zu machen. Das AMA-Gütesiegel ist ein Werkzeug, um Wertschätzung für unsere Lebensmittel und unsere Arbeit zu schaffen. Es liegt an uns, dieses Zeichen weiterhin mit Leben zu füllen und damit auch die Zukunft der heimischen Landwirtschaft zu sichern.

AMA-Gütesiegel für gleiche Spielregeln

Ein seit vielen Jahren hochbewährtes und mit hohem Vertrauen ausgestattetes Gütesiegel ist das AMA-Gütesiegel. Es ist ein staatlich anerkanntes Gütesiegel, das für alle Marktteilnehmer:innen gleiche Spielregeln schafft. In vielen Produktbereichen, wie zum Beispiel Milch und deren Verarbeitungsprodukten, Fleisch, Obst, Gemüse, Eier und Kartoffeln, ist es nicht mehr wegzudenken. Darüber hinaus genießt das AMA-Gütesiegel sehr hohen Bekanntheitsgrad.

System für Gütesiegel ab Ernte 2024

Im Bereich der Ackerkulturen – speziell bei Getreide – war es daher naheliegend, das AMA-Gütesiegelsystem zu entwickeln und am Markt zu etablieren. Zur Ernte 2024 wurden daher die Rahmenbedingungen



Erwartungshaltung der Konsument:innen

Österreichs Ackerbäuerinnen und Ackerbauern produzieren auf ihren Feldern hochwertiges Getreide, das zu schmackhaften Produkten weiterverarbeitet wird und bei den Konsument:innen nachgefragt ist. Eine aussagekräftige Herkunftskennzeichnung trifft daher sowohl die Erwartungshaltung der Konsument:innen als auch der Landwirtschaft und gerade im Bereich des Getreides und der daraus verarbeiteten Produkte basiert dies auf einigen Eckpunkten:

- Aus Umfragen ist bekannt, dass die Konsument:innen gerade bei Brot und Gebäck hochgradig davon ausgehen, dass auch österreichisches Getreide verarbeitet ist.
- Bezüglich Konsumentenwissen ist aber auch belegt, dass sehr wenig Wissen über die Art und Weise der Produktion herrscht.
- Bäuerinnen und Bauern erwarten, dass ihre Leistungen auch gewürdigt werden und dass sie durch das Konsumverhalten auch einen klaren Produktionsauftrag erhalten.

und die Richtlinien geschaffen, dass das AMA-Gütesiegel auch durchgängig über die gesamte Wertschöpfungskette ausgerollt werden kann.

Ernte 2024 erstmals für Gütesiegel

Die Ernte 2024 war die erste, für die das neue AMA-Gütesiegelsystem bei Getreide angewendet wurde.

Sehr erfreulich war, dass in Niederösterreich mehr als 5.200 Betriebe bereits im ersten Jahr teilnahmen. Dies auch deshalb, weil es gelungen ist, ein bürokratisch schlankes System

aufzustellen, das aber trotzdem Sicherheit für alle in der Wertschöpfungskette gibt.

Darüber hinaus zeichnet sich mehr und mehr ab, dass die Nachfrage im nachgelagerten Bereich wie Mühlen, Bäckereien und im Lebensmitteleinzelhandel steigt.

Auch bei Brot & Gebäck selbstverständlich

Klares Ziel ist, dass auch bei Brot und Gebäck – so wie bei anderen Produktpartnern – das AMA-Gütesiegel nicht mehr aus dem Segment wegzudenken ist.

Herkunftsnachweis: Fleisch, Milch & Eier sind Musterschüler

Gründe, warum Konsument:innen verstärkt auf österreichische Produkte zugreifen? Es sind die Regionalität, die Herkunft, die europaweit höchsten Tierschutzstandards und die intensive Qualitätssicherung mit dem Tiergesundheitsdienst. Wie hier das AMA-Gütesiegel auf allen Ebenen für Lebensmittel tierischer Herkunft sichere Nachvollziehbarkeit garantiert, erfahren Sie im Beitrag.



Dr. Andreas Moser
Tel. 05 0259 23001
andreas.moser@lk-noe.at

Damit die Herkunft- und Qualitätsparameter für Konsument:innen klar ersichtlich sind, wurden das AMA-Gütesiegel sowie das AMA-Biosiegel ins Leben gerufen. Für Rinder ist diese Rückverfolgbarkeit vom lebenden Tier bis zum Fleisch in der Verkaufsvitrine bis ins kleinste Detail ausgebaut. Auch bei den anderen tierischen Produkten gibt es

ein ausgeklügeltes System, um die Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten. Starke Zeichen in diesem Bereich sind das AMA-Gütesiegel und das AMA-Biosiegel. Bei allen Produkten im AMA Qualitätssicherungssystem kann man den Herstellungsprozess nachverfolgen. Das beginnt bei der Geburt der Tiere und der Herstellung des Futters, alles muss dokumentiert sein.

System zur Qualitätssicherung

„Woher kommt...?“ ist eine Frage, die das AMA Qualitätssicherungssystem beantworten kann. Dazu stellt die AMA mit Regeln die Angaben über



Für Rinder ist die Rückverfolgbarkeit vom lebenden Rind bis zum Fleisch in der Verkaufsvitrine bis ins kleinste Detail ausgebaut.

die Herkunft der Lebensmittel und der Zutaten sicher. Diese Regeln für das AMA-Gütesiegel erarbeiten Qualitätsmanager:innen der AMA-Marketing gemeinsam mit Vertreter:innen verschiedener Stakeholder in Fachgremien. Die Regeln werden in den AMA-Richtlinien festgeschrieben. Dieser Pro-

zess gewährleistet Transparenz, Rückverfolgbarkeit der Herkunftsangaben und die praktische Umsetzbarkeit.

Herkunft muss nachvollziehbar sein

Auf Produkten, die mit einem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet



Die Konsument:innen müssen auch bereit sein, den Landwirt:innen die höheren Produktionskosten abzugelten.
Fotos: Paula Pöchlauer-Kozel/LK NÖ

AMA Gütesiegel für Transparenz unbedingt stärken



Andrea Wagner
Vizepräsidentin LK NÖ

Um Transparenz für die Konsumentinnen und Konsumenten zu schaffen und faire Bedingungen für unsere Bäuerinnen und Bauern zu gewährleisten, ist eine eindeutige Herkunftskennzeichnung unbedingt notwendig. Österreichs Familienbetriebe können mit den in den Nachbarländern produzierenden Großbetrieben auf der Kostenseite nicht mithalten.

Wenn Konsumentinnen und Konsumenten im Supermarkt zu Lebensmitteln greifen, gehen sie davon aus, dass sie damit auch die regionale Landwirtschaft und Qualitätsproduktion unterstützen. Dass dies leider nicht immer so ist, zeigen uns die Ergebnisse der Storechecks der Landwirtschaftskammer regelmäßig auf. Lebensmittel aus Österreich müssen daher leicht erkennbar sein. Eine klare Kennzeichnung durch das AMA-Gütesiegel und AMA-Biosiegel erleichtert bewusste Kaufentscheidungen für österreichische Produkte und stärkt die heimische Landwirtschaft. Daher setzen wir uns als Landwirtschaftskammer konsequent für eine klare Herkunftskennzeichnung auf allen Ebenen ein. Als Mittel dazu ist eine Stärkung des AMA Gütesiegels unbedingt notwendig, um die Konsumentinnen und Konsumenten bei der Auswahl von regionalen Lebensmitteln entsprechend zu unterstützen.

sind, muss die Herkunft angegeben und nachvollziehbar sein. Bei verpacktem Fleisch müssen die herkunftsbezogenen Angaben auf dem Lebensmitteletikett den gesetzlichen Vorgaben entsprechen. Bei unverpacktem Fleisch, zum Beispiel aus der Bedientheke, muss die Herkunft in der Bedientheke ausgelobt sein, oder die Thekenkraft gibt Auskunft über die Herkunft des Fleisches.

Faschiertes ist, wie alle anderen Fleischprodukte, den Regelungen der Herkunftskennzeichnung unterworfen. Aus technischen Gründen ist eine Rückverfolgbarkeit bis zu einem einzelnen Tier nicht möglich. Vor allem bei Faschiertem, aber auch bei Fleischteilstücken ist die Herkunft rückverfolgbar bis zum Schlachtbetrieb, auf den Tag der Herstellung, bis zu den dort an diesem Tag verarbeiteten Chargen. Diese sind, genau wie alle Fleischprodukte, rückverfolgbar bis zur Abstammung und Geburt der Tiere.

In Österreich werden landwirtschaftliche Nutztiere in verschiedenen Haltungsformen gehalten, wobei es für jede dieser Formen gesetzliche Standards gibt, die verbindlich festgelegt und von allen tierhaltenden Betrieben einzuhalten sind.

Zusätzlich zu den gesetzlichen Vorgaben legt die AMA-Marketing in ihren Richtlinien für das AMA-Gütesiegel weitere Kriterien fest, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen.

Wunsch und Wirklichkeit klaffen auseinander

Sehr oft zeigt uns die tägliche Praxis, dass sich Konsument:innen und verschiedene Organisationen besondere Haltungsstandards wünschen. In Umfragen bekunden sie auch die Bereitschaft zur finanziellen Abgeltung.

Ein gutes Beispiel, wie Wunsch und Wirklichkeit auseinanderklaffen, ist der Absatz von sogenanntem „Tierwohlfleisch“ im

Schweinebereich. Die Branche hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2030 rund eine Million Tierwohlschweine zu produzieren und abzusetzen.

Leider hinken die Verkaufszahlen des Schweinefleisches, das unter besonderen Tierhaltungsstandards produziert worden ist, weit hinter den Erwartungen her.

Die österreichischen Tierhalter:innen sind gerne bereit, Produkte unter besonderen Tierschutzstandards herzustellen, wenn der Markt bereit ist, die entsprechenden Produktionskosten dem Landwirt auch abzugelten.

AMA-Gütesiegel Tierhaltung Plus

Im Milchbereich wird seit 2024 das AMA-Gütesiegel „Tierhaltung Plus“ in Niederösterreich flächendeckend umgesetzt. Neben der klar nachvollziehbaren Herkunft sind auch andere wesentliche Kriterien der Qualitätsmilchproduktion geregelt, zum Beispiel



Für das AMA-Gütesiegel „Tierhaltung Plus“ müssen die Futtermittel GVO-frei sein und aus europäischer Herkunft stammen.

- GVO-freie Fütterung
- europäische Herkunft der verwendeten Futtermittel
- Verbot der dauernden Anbindehaltung
- Kratz- und Scheuermöglichkeit
- erweitertes Tiergesundheitsmonitoring
- jährliche Kontrolle

Damit sichert das AMA-Gütesiegel „Tierhaltung Plus“ nicht nur das Vertrauen heimischer Konsument:innen in die österreichische Qualität beim Kauf von Milch und Milchprodukten, sondern unterstützt auch die Exporterfolge der heimischen Milchwirtschaft.

Topstandards: Schaf- und Ziegenhaltung

Die Schaf- und Ziegenbranche hat sehr hohe Grundstandards in der Haltung, wie die Haltung auf Stroh und in Gruppen sowie grundfutterbetonte Fütterung. So bewegt sich die Schaf- und Ziegenbranche im obersten Segment hinsichtlich Tierwohl. Zusätzlich produzieren viele Betriebe nach den Richtlinien der biologischen Wirtschaftsweise.

Die Branche bekennt sich klar zu den drei ATs: geboren, gemästet und geschlachtet in Österreich. Es wird jedoch ak-

tuell kein Qualitätsprogramm auf Basis der AMA-Gütesiegel Richtlinien umgesetzt.

Standards bei Eier- und Geflügelproduktion

In der Eier- und der Geflügelproduktion werden seit längerem die unterschiedlichsten Tierwohl- und Fütterungsprogramme für den Handelskettenmarkt umgesetzt. Diese Programme beinhalten Anforderungen, die über die gesetzlichen Mindeststandards hinausgehen.

Gerade die Eierproduktion ist ein Vorreiter bei Tierwohlprogrammen und gentechnikfrei-

„Gut zu Wissen“: die Vorteile für

Wie die Initiative „Gut zu Wissen“ bei ausgewählten Lebensmitteln die Herkunft in der Außerhaus-Verpflegung nachweist, erfahren Sie in diesem Beitrag.



Mag^a. Katharina Tidl
Tel. 0676 834418524
tidlgutzuwissen@lk-oe.at

„Gut zu Wissen“ ist ein freiwilliges Kennzeichnungssystem, das Betrieben in der Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie die Möglichkeit gibt, die Herkunft der verwendeten Zutaten ihrer Produkte zu deklarieren. Aktuell zählt die Initiative 1.250 teilnehmende Betriebe, die knapp 93 Millionen Essensportionen jährlich mit „Gut zu Wissen“ kennzeichnen und damit die Herkunft der Lebensmittel transparent machen. Im Fokus stehen die Lebensmittelgruppen Milch, Fleisch und



Um die AMA-Gütesiegel Qualität in der Außerhaus-Verpflegung transparenter zu machen und den Konsument:innen die gewünschte Wahlfreiheit zu bieten, hat die LK Österreich die Initiative zur Herkunftskennzeichnung „Gut zu Wissen“ ins Leben gerufen.

Foto: Viktoria Kozeil/LK NÖ

Eier sowie die Haltungsform der Legehennen.

Kriterien der Kennzeichnung

- **Milchprodukte:** In welchem Land die Milch gemolken & verarbeitet wurde.
- **Fleisch:** In welchem Land das Tier geboren, aufgezogen & geschlachtet wurde.

- **Eier:** Haltungsform der Legehennen und in welchem Land die Eier gelegt wurden.

Die Information wird anhand eines Plakates, auf Tafeln oder in anderen geeigneten Medien transparent gemacht. Unter der rot-weiß-roten „Gut zu Wissen“ Lupe sind alle Produkte angeführt, die aus Österreich kommen und unter der

transparent/blauen Lupe all jene Produkte, die aus anderen Ländern stammen. So können Gäste auf einen Blick und schnell erkennen, woher die Lebensmittel stammen.

Vorteile für Gäste, Gastronomen & Landwirte

Gäste, die Wert auf regionale Produkte legen, können anhand der Kennzeichnung schnell herausfinden, ob das angebotene Gericht ihren Ansprüchen genügt.

Gastronomen und Betreiber von Gemeinschaftsverpflegungen können sich positiv von der Konkurrenz abheben. Es zeigt, dass Wert auf Qualität und Regionalität gelegt wird. Die transparente Kennzeichnung kann zur Kundenbindung beitragen.

Kurze Transportwege reduzieren die CO₂-Emissionen. Die Unterstützung lokaler Bauern und Bäuerinnen trägt zur Erhaltung einer vielfältigen und nachhaltigen Landwirtschaft in Österreich bei.

Die klare Herkunftskennzeichnung von Milch, Fleisch und Eiern stärkt das Vertrauen der



Gerade die Eierproduktion ist ein Vorreiter bei Tierwohlprogrammen und gentechnikfreier Fütterung.

Fotos: Paula Pöchlauser-Kozel/LK NÖ

er Fütterung. Die ersten Programme, wie zum Beispiel das Verbot der Schnabelkürzung, wurden bereits Ende der neunziger Jahre flächendeckend umgesetzt.

Weiters hat eine Handelskette schon Mitte der neunziger Jahre auf den Verkauf von Käfigeiern zu Gunsten österreichischer Boden- und Freilandlegehennenbetriebe verzichtet. Die unterschiedlichen Zeichen und Marken für die diversen Programme sind gut ersichtlich auf den Verpackungen und Etiketten ausgelobt. Die Programme bedeuten für die Tierhalter:innen gegenüber den gesetzlichen Min-

destandards einen Mehraufwand, der über Zuschläge auf die Erzeugerpreise abgegolten wird.

Herkunft lückenlos kennzeichnen

Da die österreichische Tierhaltung mit internationalen Standards preislich nicht mithalten kann, ist eine durchgängige und lückenlose Herkunftskennzeichnung unbedingt erforderlich.

Nur so kann man österreichische Produkte von höchster Qualität für österreichische Konsument:innen sichtbar machen.

Gast, Gastronom & Landwirt

Kurz gefasst

„Gut zu Wissen“ ist mehr als nur ein Herkunftsnachweis – es ist ein Zeichen für Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit in der österreichischen Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie. Es ermöglicht Konsument:innen eine bewusste Entscheidung für heimische Produkte und unterstützt gleichzeitig die heimische Landwirtschaft. Für Gastronomiebetriebe bietet „Gut zu Wissen“ eine Chance, sich durch Transparenz und Regionalität zu profilieren und damit das Vertrauen der Gäste zu gewinnen. In einer Zeit, in der Nachhaltigkeit und Transparenz immer mehr an Bedeutung gewinnen, ist „Gut zu Wissen“ ein wertvolles Instrument, das einen positiven Beitrag zur österreichischen Lebensmittelkultur leistet.

Konsument:innen. Sie können sicher sein, dass die Produkte aus der Region kommen und unter strengen österreichischen Standards produziert wurden. Das erhöht die Wertschätzung der heimischen Landwirtschaft und ihrer Produkte.

Landwirt:innen können ihre Produkte klar als „österreichisch“ kennzeichnen, was ihnen einen Wettbewerbsvorteil gegenüber importierten Waren verschafft. Die Rückverfolgbarkeit kann für Landwirt:innen ein wichtiges Verkaufsargument sein.

Da viele Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen und Gastronomiebetriebe verstärkt auf regionale und transparente Herkunft setzen, können unse-

re Bauern und Bäuerinnen ihren Absatz erhöhen. Die Initiative „Gut zu Wissen“ der Landwirtschaftskammer Österreich kann also zu einer engeren und profitableren Zusammenarbeit zwischen Landwirt:innen und der Gastronomie führen.

Imagegewinn für die Landwirtschaft

Die Herkunftskennzeichnung verbessert das Image der heimischen Landwirtschaft. Sie zeigt, dass österreichische Bauern und Bäuerinnen hohen Wert auf Qualität, Transparenz und Regionalität legen. Dies trägt dazu bei, die positive öffentliche Wahrnehmung der österreichischen Landwirtschaft insgesamt zu erhöhen.



Hintergrund und Ziele von „Gut zu Wissen“

Die Herkunft unserer Lebensmittel spielt eine immer wichtigere Rolle bei der Kaufentscheidung. Viele Menschen legen Wert darauf, Produkte aus ihrer Region zu konsumieren, um die heimische Landwirtschaft zu unterstützen und den ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Gleichzeitig wächst das Bedürfnis nach Transparenz, insbesondere in der Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie, wo die Herkunft der Zutaten oft weniger offensichtlich ist als im Supermarkt.

Mit „Gut zu Wissen“ verfolgt die Landwirtschaftskammer Österreich mehrere Ziele:

- Bewusstsein für regionale Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie stärken.
- Heimische Landwirt:innen durch die Förderung des Konsums von regionalen Lebensmitteln unterstützen.
- Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Lebensmittelherkunft für Konsument:innen erhöhen.
- Nachhaltige Konsum-Entscheidungen durch das Hervorheben regionaler Lebensmittel fördern.

Mit der „AMA Genussregion“ weiß man, was man beim „Schüller“ isst

So viele Lebensmittel wie möglich aus der Region, überwiegend mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet, zu Schmankerl verkochen – das praktizieren Robert und Rainer Schüller in ihrer Gasthausküche in Hainfeld. Wir haben nachgefragt, warum sie das tun und wie sie den Herkunftsnachweis in der Praxis umsetzen.

DIⁱⁿ Paula Pöchlauer-Kozel

Fleisch, Eier, Fisch, Gemüse und noch mehr kaufen Robert Schüller und Sohn Rainer mit nachvollziehbarer Herkunft ein. Gleich beim Eingang weisen Schilder der „AMA Genussregion Gastronomie“ darauf hin. Auch auf der Speisekarte machen Schüllers die Herkunft der Lebensmittel für ihre Gäste sichtbar.

Abheben von der Konkurrenz

„Der Gast kommt wieder, weil er bei uns hochqualitative Produkte aus der Region mit nachvollziehbarer Herkunft bekommt“, begründen Vater und Sohn. „Die Kunden schauen immer bewusster auf die Herkunft, deshalb drucken wir auch Logos der Direktvermarkter und Firmen aus der Region, die uns beliefern, auf die Speisekarte.“ Schüllers schulen auch die Mitarbeiter, damit sie auf Fragen der Gäste zur Herkunft und zum AMA-Gütesiegel kompetent antworten können. „Die Mitarbeiter wissen, wofür das Gütesiegel steht und was es ist“, betonen die beiden. Da das Personal knapper und die Gäste mehr werden, geben auch QR-Codes der Lieferanten auf



Für Robert Schüller und Sohn Rainer vom Landgasthof „Zum Schüller“, ist es schon Tradition, möglichst viele Lebensmittel aus der Region zu beziehen. Seit 2012 sind sie ununterbrochen Mitglied der AMA Genussregion Gastronomie und bei der Wirtshauskultur. Mehr „Zum Schüller“: zum-schueler.eu Foto: Paula Pöchlauer-Kozel/LK NÖ

der Speisekarte Auskunft über die Lebensmittel und ihre Herkunft. Außerdem sind die Gäste mit Recherche beschäftigt, bis die Gerichte serviert sind.

Kontrollen, Kosten und Kritik

„Als Betrieb der Wirtshauskultur ist es uns ein Anliegen, das Siegel der AMA-Genussregion zu führen, um den Regionalbezug nachweisen zu können“, erklären Vater und Sohn. Die Kontrollen zur AMA Genussregion bezeichnen sie als aufwendig. „Jedes Jahr werden alle Rechnungen und Lieferscheine kontrolliert“, erklären die beiden. „Außerdem gibt es eine Hausbegehung, bei der die Herkunft der gelagerten Lebensmittel kontrolliert wird.“ Auch die Herkunftsangaben auf der Speisekarte werden geprüft. Die Mitgliedschaft bei der AMA Genussregion kostet 180 Euro im Jahr. „Immer, wenn das AMA-Gütesiegel in den Negativschlagzei-

len war, haben es die Gäste mit spitzen Kommentaren in Frage gestellt“, erinnern sich die beiden. „Die Negativschlagzeilen gibt es meist rund um Zeiten, in denen die Gästefrequenz besonders hoch ist, wie zum Beispiel durch die Vogelgrippe zur Ganszeit oder die Geflügelpest zu Ostern.“ Doch die Kritik am Gütesiegel verebbt rasch und die Gäste kommen wieder.

Mit dem Auto nehmen sie auch weite Strecken in Kauf, um gutes Essen aus regionalen Qualitätsprodukten zu genießen. „Dass ein Gast wieder kommt, ist das einzige überzeugende Argument, zu dem das Gütesiegel beiträgt“, betonen die beiden. „Beim Herkunftsnachweis machen wir aus Überzeugung mit, weil auch unsere Enkel noch etwas davon haben.“



Schön, dass Sie bei uns sind.
Familie Schüller und Team



- **Rindfleisch aus Österreich:**
Krösswang, Böheimkirchen
- **Schweinefleisch:**
*Gourmet Fein, Mischfleisch
nähe: Eberding*
- **Milch und Milchprodukte:**
NÖM
- **Bio-Eis:**
Bio Hansinger, Kilb
- **Maishuhn:**
Hessene, Wech St. Ambr/Launsdorf
- **Fisch:**
Theodorhof Hohenberg
- **Eier aus Freilandhaltung:**
Franz Feichtinger, Hainfeld

- **Erdäpfel und Zwiebel:**
*Franz Weßländer, St. Georgen am
Steinfeld*
- **Wurzelgemüse und Gemüse:**
aus heimischer Landwirtschaft
- **Elsbeeren:**
Hinterstieher Hainfeld
- **Div. Bauernschuäpse:**
Fam. Zeller
- **Wild:**
von den regionalen Jägern
- **Apfel, Karotten, Holundersaft:**
Landtränk, Fintls/T.

Allergen-Legende

Wie „Gutes vom Bauernhof“ Qualität bäuerlicher Herkunft garantiert

Der Qualitäts- und Geschmacksverlust bei Lebensmitteln aus Übersee, ihre weltweiten Transportwege sowie das Verschwinden traditioneller Produkte und Zubereitungsweisen – für viele Konsumentinnen und Konsumenten hat die Globalisierung ein gesundes Maß längst überschritten.



Alexandra Bichler BBE
Tel. 05 0259 26501
alexandra.bichler@lk-noe.at



Nur mit einer transparenten Produktion und Kennzeichnung kann man sich beim Einkauf bewusst für heimische Produkte entscheiden.

Foto: LVDV NÖ_Sophie Balber

Umso wichtiger ist es, auf Qualitäts- und Herkunftssicherung bei Lebensmitteln zu setzen und gemeinsam die Wertschöpfung in den Regionen zu stärken. Nur mit einer transparenten Produktion und Kennzeichnung kann man sich beim Einkauf bewusst für heimische Produkte entscheiden. Einen wesentlichen Beitrag dazu liefert das Qualitätsprogramm „Gutes vom Bauernhof“.

Was ist „Gutes vom Bauernhof“?

„Gutes vom Bauernhof“ ist die österreichweite Auszeichnung für besonders qualitätsvolle, bäuerliche Direktvermarktungsbetriebe. Die eingetragene Wort- und Bildmarke der Landwirtschaftskammer Österreich, wird nur an kontrollierte Betriebe vergeben. Das Siegel verfolgt das Ziel, eine bäuerliche Direktvermarktung mit Garantie und Wiedererkennungswert zu schaffen.

Welche Kriterien sind am Betrieb zu erfüllen?

Das Qualitätsprogramm basiert auf der EU-notifizierten Qualitäts- und Herkunftssicherungsrichtlinie. Der landwirtschaftliche Direktvermarktungsbetrieb wird anhand von Kriterien, wie Verkauf des eigenen Naturproduktes, sorgfältige Verarbeitung, Produktqualität, Lebensmittelhygiene, Marketing und Verkauf bewertet.

Was bringt die Auszeichnung für den Hof?

- Überregionale Bewerbung des Betriebes
- Vertrauensbildung bei Konsument:innen
- Klare Positionierung am Markt durch gemeinsame Werbemittel
- Imagesteigerung und Attraktivität für neue, qualitätsorientierte Zielgruppen
- Hilfestellung bei der Umsetzung rechtlicher Vorschriften

- Laufende Qualitätsverbesserung durch individuelle Bildungs- und Beratungsangebote

Die LK NÖ unterstützt mit einer betriebsindividuellen Beratung dem „BetriebsCheck

Direktvermarktung“. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das Referat Bäuerinnen, Direktvermarktung unter direktvermarktung@lk-noe.at oder Tel. 05 0259 26500. Zusätzliche Infos finden Sie unter gutesvombauernhof.at



Hier werden Sie **BERATEN**

05 0259 26500



Betriebs-Check

Direktvermarktung

noe.lko.at/beratung

Sie möchten wissen, welche Potentiale in Ihrem Direktvermarktungsbetrieb stecken und sich von anderen abheben. Qualität und Herkunft ist Ihnen wichtig. Sie streben eine Auszeichnung als „Gutes vom Bauernhof“-Betrieb an.

lkberatung

**STARKER PARTNER
KLARER WEG**



„ja zu nah“: Wo Landwirt:innen und



Alle Lieferanten stammen aus zu 100 % aus Österreich, alle Preise werden von den Produzent:innen selbst bestimmt, die Logistik übernimmt das Team von „ja zu nah“.

v.l.: Rudi Maierhofer, Biobetrieb in Obermamau, Vizepräsidentin Andrea Wagner, Martina Schauer, LK NÖ, und Waldemar Pöchhacker, Geschäftsführer von „Ja zu Nah“. Foto: dielechnerei

Wer „Ja zu Nah“ ist und wie Landwirt:innen und Großküchen einfach in Kontakt kommen.



Waldemar Pöchhacker

Tel. 05 0259 42400

waldemar.poechhacker@jazunah.at

Es gibt für Großküchen viele Wege Lebensmittel zu beschaffen. Und es gibt „ja zu nah“. Das Unternehmen positioniert sich nicht als eine weitere Bio-Plattform, nicht als hipper Lieferdienst und schon gar nicht als maximal gewinnorientierter Lebensmittelgroßhändler mit regionalem Anstrich, sondern als ehrlicher und transpa-

renter FAIRmarkter, in der Dynamik zwischen österreichischer Landwirtschaft und heimischen Großküchen der Gemeinschaftsverpflegung – fair, transparent und mit Anspruch auf Haltung.

Landwirt:in: Produkte direkt an Großküche?

Entstanden ist „ja zu nah“ aus einem naheliegenden Gedanken: Was wäre, wenn Landwirt:innen ihre Produkte direkt an Küchen liefern könnten, ohne sich mit Zwischenhandel, Logistik oder Preisdruck auseinandersetzen zu müssen? Und was, wenn Küchenleitungen ihr Gemüse, Fleisch oder

Getreide nicht aus dem anonymen Großmarkt beziehen müssten, sondern aus dem Nachbardorf oder von Bäuerinnen und Bauern, die sie persönlich kennen. Diese Idee mündete 2022 in eine Online-Plattform – heute ist sie weit mehr als das.

Denn „ja zu nah“ versteht sich als Bewegung mit klarer Linie: gegen Beliebigkeit und Preiskampf im Lebensmittelsystem, gegen austauschbare Angebote, gegen Herkunftverschleierung und Gewinnmaximierung. Dafür mit einem kompromisslosen Ja zur Regionalität – und zwar nicht als Marketing-Versprechen, sondern als betriebswirtschaftliches

und gesellschaftliches Modell. Das bedeutet: Alle Lieferanten stammen zu 100 Prozent aus Österreich, alle Preise werden von den Produzent:innen selbst bestimmt, die Logistik übernimmt das Team von „ja zu nah“.

Abgerechnet wird fair, geliefert wird effizient, kommuniziert wird auf Augenhöhe.

Jetzt neue Perspektiven öffnen

Kernzielgruppe sind Großküchen mit mehr als 150 Portionen täglich – Kantinen, Krankenhäuser, Pflegezentren, Bildungseinrichtungen, Cateringunternehmen.

Großküchen zusammen finden



Faire Preise, verlässliche Abnahme

Das System von „ja zu nah“ zielt daher auf langfristige Perspektiven: durch faire Preise, verlässliche Abnahme und einen neuen Stellenwert für das Handwerk der Lebensmittelproduktion. Denn: Die Landwirt:innen, die hier liefern, kennen ihre Kund:innen. Und umgekehrt.

Im Zentrum steht das Prinzip der „FAIRmarktung“ – ein Kunstwort, das Haltung in Geschäftsmodell übersetzt. Dabei geht es nicht um Romantisierung der Landwirtschaft, sondern um funktionierende Strukturen, die Menschen, Produkte und Prozesse verbinden. Nicht zuletzt auch um Versorgungssicherheit – nicht als Schlagwort, sondern als Antwort auf internationale Lieferkettenkrisen, Transportwahn bei importierten Lebensmitteln und strukturelle Abhängigkeiten.

Ehrliche Kommunikation

Diese Ambition zeigt sich auch im Markenauftritt. „ja zu nah“ verzichtet bewusst auf visuelles Hochglanzmarketing. Stattdessen will man ehrliche Kommunikation, einfache Sprache, direkte Kontraste. Auf der Website begegnet man Bauernporträts, Herkunftsangaben auf den Kilometer genau, Selbstbestimmung in der Preisgestaltung. Es geht um Sichtbarkeit – für Menschen, die im System Lebensmittel sonst selten gesehen werden.

Dabei ist „ja zu nah“ kein staatliches Förderprojekt, sondern ein Unternehmen mit klarer strategischer Ausrichtung. Das Team stammt überwiegend aus der Privatwirtschaft, denkt in Businessmodellen und Skalierungspotenzial – ohne dabei

die eigenen Prinzipien aufzugeben. Genau das unterscheidet „ja zu nah“ von anderen Plattformen: Es gibt keine verwässerte Regionalität, kein Symbolmarketing, kein weiteres Siegel, keine Marktdehnung um der Expansion willen. Regionalität ist nicht verhandelbar.

Marke fordert Aufmerksamkeit

Doch „ja zu nah“ will nicht nur verkaufen. Die Marke fordert. Sie fordert Aufmerksamkeit in einem übersättigten Markt. Sie stellt unbequeme Fragen: Warum kostet Regionalität mehr? Was darf Herkunft wert sein? Und was hat die Lebensgeschichte eines Salats mit der Glaubwürdigkeit einer Kantine

Kurz gefasst

Am Ende bleibt ein Versprechen. Kein leeres, sondern ein gelebtes. „ja zu nah“ sagt Ja – zu Herkunft, zu Qualität, zu Verantwortung und zu Veränderung. Und wer mitgeht, entscheidet sich für ein anderes System der Lebensmittelversorgung. Eines, das näher liegt als gedacht.

zu tun? Köch:innen, Küchenleiter:innen, Einkäufer:innen oder Gäste, es ist deren Bereitschaft, gewohnte Abläufe zu hinterfragen, den Wunsch nach Transparenz, Frische und Herkunft zu äußern und so Dinge ans Licht zu bringen.

Denkt jemand im Großhandel an die Zukunft meines Hofes?

Bei jazunah.at bestimmen Landwirte die Preise ihrer hochwertigen Erzeugnisse selbst - und die Küchenleiter kennen den Wert. So lässt sich wirtschaften.



KOMMT GUT AN

Können Preise jaaaaa! fair sein?

In diesen oft standardisierten Verpflegungsstrukturen will „ja zu nah“ neue Perspektiven eröffnen:

- Was wäre, wenn die Herkunft der Lebensmittel sichtbar würde?
- Wenn Küchenchefs wieder zu Gestalter:innen würden?
- Wenn regionale Vielfalt statt globaler Norm auf dem Speiseplan stünde?

Gleichzeitig denkt die Marke aber auch Landwirtschaftlich und versteht die Anliegen. Wer Landwirtschaft nicht nur als Beruf, sondern als Lebensform versteht, braucht Verlässlichkeit – wirtschaftlich wie ideell.

Regionale Kraftnahrung aus der Kantine für Mitarbeiter:innen

Seit einem Jahr ist das Betriebsrestaurant von „Welser Profile“ in Gresten in Betrieb. Warum der Einkauf regionaler Lebensmittel trotzdem schon Tradition hat und welche Rolle „ja zu nah“ im Restaurant spielt, haben wir uns vor Ort angesehen.

DIⁿ Paula Pöchlauer-Kozel

Zu Essen hatten die Mitarbeiter:innen im Stahlwerk immer etwas, aber nicht frisch gekocht und nicht immer regional. „2023 befragten wir sie, ob sie ein Betriebsrestaurant in Anspruch nehmen würden“, erzählt Andreas Welser, der in der Firma unter anderem für Arbeits- und Gesundheitsschutz verantwortlich ist. „Mit 1. Juli 2024 eröffneten wir das Restaurant im ehemaligen Chefbüro.“ Laut Welser lebt die Firma schon immer von und mit der Region und beschäftigt viele Nebenerwerbslandwirte. „Gesundheitsvorsorge spielt bei uns eine große Rolle. Aus diesem Grund gibt es bei uns Gesundheitstage mit Ernährungsberatung“, begründet Welser.

Deshalb legt er die Latte für Restaurantleiter Markus Stadler hoch: Es müssen so viele hochwertige Lebensmittel wie möglich aus der näheren Umgebung stammen. Stadler ordert zwischen Steyr und St. Pölten, zum Beispiel Erdbeeren und Kürbisse vom Wurzerhof und Fleisch von der Schlachtgemeinschaft Hohenlehen. Vieles kommt aus Gresten und Umgebung. Aber die Lebensmittel in der Region zu besorgen, kostet Zeit und Geld. Mit mehr als 25 Lieferanten gibt es mindestens 25 Rechnungen. Bei Gemüse kommt nun „ja zu nah“ ins Spiel. „Als zentraler Ansprechpartner spart uns „ja zu nah“ Zeit beim Bestellen und Abrechnen“, berichtet Stadler. „Am Tag nach

der Bestellung ernten die Landwirt:innen das Gemüse und am übernächsten ist es schon in unserer Küche.“ Im Sommer bestellt Stadler alle zwei Wochen Gemüse bei „ja zu nah“. Im Winter liefern Landwirt:innen aus der Region Karotten, Kartoffeln und Kraut.

Im Schnitt kocht Stadler mit seinem Team 280 Portionen täglich. „An einem Schnitzeltag können es auch 400 Portionen in zwei Stunden sein“, schmunzelt der Koch.

Das Menü aus Suppe und zwei Hauptspeisen mit und ohne Fleisch zur Wahl kostet für die Mitarbeiter:innen sechs bis sieben Euro. „Damit zahlen sie den Wareneinsatz, die Personal- und Betriebskosten in gleicher Höhe übernimmt die Firma“, betont Welser.

Damit auf dem weitläufigen Werksgelände in Gresten und im Stammwerk in Ybbsitz alle



Die Lupe von „Gut zu Wissen“ verrät es: Für hundert Prozent der Lebensmittel, die Restaurantleiter Markus Stadler (re) und sein Team verkochen, ist die Herkunft nachgewiesen. Das Motto von Andreas Welser (li) und Stadler: So viel davon wie möglich aus der Region. Foto: Paula Pöchlauer-Kozel/LK NÖ

Mitarbeiter:innen zu einem warmen regionalen Mittagsmenü kommen, wird das Essen in Wärmeboxen per Elektroauto bei drei Abgabestellen zugestellt. Zukünftig soll es möglich sein, dass sich Mitarbeiter:innen das Essen auch mit nach Hause nehmen können.

„Gesunde Mitarbeiter:innen waren uns immer wichtig. Schon meine Großeltern haben in der kargen Nachkriegszeit den Mitarbeiter:innen zu Weihnachten Esspakete mit hochwertigen Lebensmitteln geschenkt. Und wir tun dies bis heute“, so Welser.

Welser Profile

Die internationale Unternehmensgruppe im Mostviertel fertigt hochwertige Sonderprofile und komplexe Baugruppen durch Rollformen von Stahl und Nichteisenmetallen. Produktionsstandorte sind in Österreich, Deutschland und den USA mit insgesamt 2.400 Mitarbeitern, davon rund 1.340 in Österreich. Vertriebsniederlassungen gibt es weltweit. 2024 betrug der Umsatz 786 Millionen Euro. Seit elf Generationen wird Stahl verarbeitet.



„Ja zu Nah“ nimmt die Gemüsebestellung von Welser Profile entgegen, bündelt das Angebot der Landwirt:innen aus der Region und liefert zeitgerecht.

Fotos: Paula Pöchlauer-Kozel/LK NÖ, dielechnerei

Öffentliche Beschaffung: Regional gewünscht – global geliefert?

Wie das Vergaberecht die Beschaffung regionaler Lebensmittel beeinflusst, erfahren Sie im folgenden Beitrag.



Mag. Martina Schauer
Tel. 05 0259 26001
martina.schauer@lk-noe.at

Immer mehr Menschen essen außer Haus – alleine in Österreich werden täglich rund 2,2 Millionen Mahlzeiten in Großküchen und Kantinen konsumiert. Die Zahl überrascht nicht, wenn man an Einrichtungen wie Schulen, Kindergärten, Krankenhäuser, Mensen, Kantinen, Kasernen und Justizanstalten denkt.

Der Hebel, den die öffentliche Hand beim Einkauf von Lebensmitteln hat, ist somit enorm. Woher die Produkte kommen, hat für die Bäuerinnen und Bauern eine existenzielle Bedeutung, damit wird der Ruf nach regionalen Produkten in öffentlichen Einrichtungen immer lauter.

Öffentlicher Auftrag unterliegt Vergaberecht

Der Spruch „Wer zahlt, schafft an“ muss um den Beisatz „und hat die Vorgaben des Vergaberechts einzuhalten“ ergänzt werden. Der Grund: öffentliche Auftraggeber müssen nicht nur mit dem zur Verfügung stehenden Budget haushalten, sondern unterliegen auch den vergaberechtlichen Bestimmungen.

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen sind die EU-Vergaberichtlinie (Richtlinie 2014/24/EU) sowie auf Bundesebene das Bundesvergabege-

setz 2018. Das Vergaberecht ist stark von den vier Grundfreiheiten der EU – freier Verkehr von Waren, Dienstleistungen, Personal und Kapital – und den daraus abgeleiteten Grundsätzen der Nichtdiskriminierung und Gleichbehandlung geprägt.

Das bedeutet, dass öffentliche Auftraggeber nicht einfach Produkte aus einer bestimmten Region, zum Beispiel Österreich, bevorzugen dürfen, wenn diese Auswahl nicht durch objektive und nachvollziehbare Qualitätskriterien gerechtfertigt ist. Allerdings erlaubt das Vergaberecht die Berücksichtigung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekten, die indirekt Regionalität fördern können.

Öffentliche Auftraggeber können den Anteil regionaler Lebensmittel daher nur durch gezielte Gestaltung von Ausschreibungen und Kriterien erzielen und erhöhen.

Aktionsplan nachhaltige Beschaffung

Um die Herausforderungen des Vergaberechts zu meistern und gleichzeitig die Regionalität zu fördern, wurde der Aktionsplan für nachhaltige Beschaffung – kurz: naBe-Aktionsplan – ins Leben gerufen. Dieser wurde im Juni 2021 im Ministerrat beschlossen und bindet alle Bundesministerien und deren nachgeordneten Dienststellen.

Das Land Niederösterreich bekennt sich ebenso in seinem „NÖ Fahrplan nachhaltige Beschaffung 2.0“ zur Umsetzung eines nachhaltigen Beschaffungswesens. Der naBe-



Immer mehr Menschen essen außer Haus, daher wird der Ruf nach regionalen Produkten in öffentlichen Einrichtungen immer lauter. Foto: dielechnerei

Kriterienkatalog legt fest, dass der Bio-Anteil in der Gemeinschaftsverpflegung bis 2025 auf 30 Prozent und bis 2030 auf 55 Prozent steigen soll. Zudem wird empfohlen, Lebensmittel möglichst regional zu beziehen und Obst sowie Gemüse saisonal einzukaufen.

Schritte auf dem Weg zu mehr Regionalität

EU-Agrarkommissar Christophe Hansen setzt mit seiner kürzlich präsentierten Vision für Landwirtschaft und Ernährung ein starkes Signal für eine wettbewerbsfähige und nachhaltige Landwirtschaft in Europa. Ein Schwerpunkt soll auf der öffentlichen Beschaffung liegen, die gezielt nachhaltiger und regionaler werden soll. Die EU-Kommission plant dazu eine Reform der Vergabe-

richtlinie, um den niedrigsten Preis als alleiniges Vergabekriterium abzuschaffen und stattdessen Qualität und Nachhaltigkeit stärker zu gewichten. Auch das neue Regierungsprogramm greift diesen Ansatz auf:

- Ein Monitoringsystem soll den Fortschritt des naBe-Aktionsplans sichtbar machen
- Rahmenvereinbarungen sollen allen Lieferanten einen fairen Zugang ermöglichen und
- die Bereitstellung von Budgetmitteln für eine qualitative Beschaffung soll sichergestellt werden.

In den kommenden Jahren werden damit Schritte in Richtung mehr Regionalität unternommen, wobei es gilt, weiterhin aktiv an deren Umsetzung zu arbeiten und auch mitzugestalten.

Regionalitäts-Check – Woher kommen Bio-Produkte im Supermarkt?

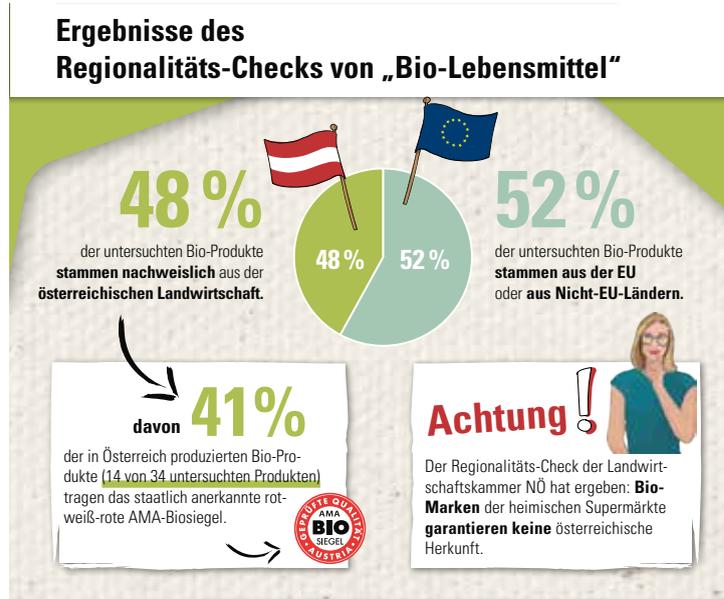
Regionalitäts-Check der Landwirtschaftskammer Niederösterreich zeigt, dass österreichische Bio-Produkte im Supermarkt noch sichtbar werden müssen. Was und wie untersucht wurde, die Ergebnisse und warum das EU-Bio-Logo eine Herausforderung ist, erfahren Sie im Beitrag.

Untersuchungen zeigen, dass Konsument:innen beim Kauf von Bio-Lebensmitteln vermehrt bewusst österreichische Bioprodukte bevorzugen. Kann man aber immer schnell und einfach erkennen, woher die Produkte stammen? Ein Regionalitäts-Check der Landwirtschaftskammer Niederösterreich verdeutlicht, dass es bei vielen Bio-Produkten in Supermärkten teilweise schwer erkennbar ist, woher sie kommen. Bei über der Hälfte der untersuchten Produkte waren die Rohstoffe nicht aus Österreich.

Von den untersuchten Bio-Produkten aus nachweislich österreichischer Produktion sind 41 Prozent mit dem rot-weiß-roten AMA-Biosiegel, das als einziges staatlich anerkanntes Siegel heimische Herkunft bei Bio-Produkten garantiert, gekennzeichnet. Die Untersuchung zeigt deutlich, dass die Herkunft von Bio-Produkten im Supermarktregal oft schwer erkennbar ist.

Was und wie wurde untersucht?

Im Rahmen des Regionalitäts-Checks wurden 71 Bio-Produkte im Supermarktregal aus zwölf unterschiedlichen Kate-



71 Bio-Produkte aus 12 unterschiedlichen Kategorien

Spaghetti, Linsen, Haferflocken, Toastbrot, Bircher Müsli, Honig, Apfelsaft, Vogelerlsalat, Suppengemüse, Karotten, Zwiebel und Essiggurkerl – **alles Produkte, die auch in Österreich produziert werden können – wurden auf die Herkunft analysiert.** Bei jedem Produkt wurde geprüft, ob es mit dem rot-weiß-roten AMA-Biosiegel gekennzeichnet ist, aus welchem Land die landwirtschaftlichen Rohstoffe stammen und ob die Herkunft klar und transparent angegeben ist.

Mitarbeiter der LK NÖ überprüften die Herkunft der Bio-Lebensmittel im Supermarktregal. Das rot-weiß-rote AMA-Biosiegel wird jedoch nur bei einem Teil der Bio-Produkte angeführt.

Grafik: Eva Kail/LK NÖ

gorien analysiert: Spaghetti, Linsen, Haferflocken, Toastbrot, Bircher Müsli, Honig, Apfelsaft, Vogelerlsalat, Suppengemüse, Karotten, Zwiebel und Essiggurkerl – alles Produkte, die auch in Österreich produziert werden können.

Die Untersuchung erfolgte in den Filialen der großen Lebensmittelhändler in Österreich. Bei jedem Produkt wurde geprüft,

- ob es mit dem rot-weiß-roten AMA-Biosiegel gekennzeichnet ist,
- aus welchem Land die landwirtschaftlichen Rohstoffe stammen und
- ob die Herkunft klar und transparent angegeben ist.

Das rot-weiß-rote AMA-Biosiegel wird jedoch nur bei einem Teil der Bio-Produkte angeführt.

Herausforderung EU-Bio-Logo

Das EU-Bio-Logo in Form eines grünen Blattes ist ein erster guter Anhaltspunkt, doch es zeigt nicht immer eindeutig, aus welchem Land ein Produkt stammt.

Die Herkunftsangaben können variieren:

- AT-Landwirtschaft
- EU-Landwirtschaft
- EU/Nicht-EU-Landwirtschaft
- IT-Landwirtschaft
- DE-Landwirtschaft

Zentrale Ergebnisse

Der Regionalitäts-Check zeigt folgende zentrale Ergebnisse:

- 48 Prozent der untersuchten Bio-Produkte – das sind 34 von 71 untersuchten Lebensmitteln – stammen nachweislich aus der österreichischen Landwirtschaft.
- 52 Prozent der getesteten Produkte – das sind 37 von 71 untersuchten Lebensmitteln – stammen aus der EU oder aus Nicht-EU-Ländern.
- Besonders bedenklich: Selbst Bio-Marken der heimischen Supermärkte garantieren keine österreichische Herkunft.
- 41 Prozent der in Österreich produzierten Bio-Produkte – das sind 14 von 34 untersuchten Lebensmitteln – tragen das rot-weiß-rote AMA-Biosiegel.

Wofür steht das AMA-Biosiegel?

Auf dem EU-Bio-Logo aufbauend hat die AMA-Marketing ein Gütesiegel für Bio-Lebensmittel entwickelt – das staatlich anerkannte AMA-Biosiegel.

Es garantiert hohe Lebensmittelqualität, Lebensmittelsicherheit und im Vergleich zum EU-Bio-Logo mehr Bio durch verbesserte Umweltstandards.

Und das rot-weiß-rote AMA-Biosiegel bietet eine garantierte Herkunftssicherung: Es gewährleistet, dass sowohl die Rohstoffe als auch die Verarbeitung in Österreich erfolgen.