

**Land
schafft
Leben**

WISSEN ZUM ESSEN

Report Lebensmittelkonsum in Österreich

Juli 2024

Inhaltsverzeichnis

Verfügbarkeit, Verbrauch und Gesundheit	4
Ist unsere Ernährung gesichert?.....	4
Wie viel verbrauchen wir pro Person und Jahr?.....	5
Was sollten wir essen und trinken – und in welchen Mengen?	8
Konsumieren wir, was bei uns gut produziert werden kann?	11
Land: eine knappe Ressource	18
Klimaschutz durch Flächensparen	19
Wie groß ist unser Flächenfußabdruck?	21
Schrumpfende Anbauflächen in Österreich	24
Klima und Einkaufsverhalten bestimmen Flächennutzung.....	25
Österreichs Flächenanspruch im Rest der Welt.....	28
Wo wir einkaufen – und zu welchem Preis	31
Wie viel geben wir für Lebensmittel aus?.....	31
Wo kaufen wir unsere Lebensmittel?.....	35
Für welche Lebensmittel geben wir in Österreich am meisten aus?.....	38
Kaufkriterien: Von A wie Aktionen bis T wie Tierwohl	43
Einkaufen ist Kopfsache: Konsumpsychologie	43
Was ist uns beim Kauf von Lebensmitteln wichtig – und handeln wir danach?	47
Wann und wo greifen wir zu Aktionen?	49
Wann und wo greifen wir zu Eigenmarken?	52
Wie viel Konventionell und Bio konsumieren wir?.....	56
Was ist Tierwohl – und wie viel davon konsumieren wir?.....	60
Was ist Regionalität – und wie viel konsumieren wir?.....	64
Bewusster Konsum: Was jeder Griff ins Regal bewirkt	69
Regional und saisonal vs. Import: Was ist der „unsichtbare Rucksack“?	69
Welchen Beitrag leisten die heimischen Produktionsstandards für Umwelt und Tierwohl?	71
Was hat Versorgungssicherheit mit Unabhängigkeit zu tun?	71
Von Menschen für Menschen: Wie schaffen wir Wertschöpfung?	72
Viel mehr als nur Urlaub: Warum sind Landwirtschaft und Tourismus untrennbar miteinander verbunden?.....	73
Was mehr Bewusstsein und Wertschätzung für heimische Lebensmittel bewirken.....	74

Überblick

Lebensmittelkonsum in Österreich

Was, wie viel und wo konsumieren wir? Was treibt unsere Kaufentscheidungen an und was können wir mit unserem Griff ins Regal bewirken?

Lebensmittel sind für uns selbstverständlich – über ihr Vorhandensein machen wir uns selten Gedanken. Das änderte sich vor ein paar Jahren schlagartig: Was wir essen und trinken war plötzlich in aller Munde, als während der Corona-Pandemie Lebensmittelvorräte angelegt wurden. Produkte wie Mehl oder Teigwaren waren fallweise in einzelnen Filialen des Handels ausverkauft. Dann rückten durch den Ukrainekrieg die Zusammenhänge zwischen Lebensmittelproduktion und der Verfügbarkeit von Produkten in den Fokus: Plötzlich waren Hilfsstoffe wie Dünger, Tierarzneimittel und verschiedene Futterbestandteile knapp. Und nun führt die Teuerung in Österreich dazu, dass die Kosten von Lebensmitteln und unser Konsum auch für Menschen zum Thema werden, die sich bisher nicht damit befasst haben. Wovon essen und trinken wir die größten Mengen, für welche Lebensmittel geben wir am meisten aus und wer bestimmt eigentlich den Preis? Worauf achten wir beim Einkauf und wie gesund und regional ernähren wir uns? Und nicht zuletzt: ist unsere ständige Versorgung mit Lebensmitteln in Österreich gesichert? Wir gehen diesen und weiteren Fragen auf den Grund.

Verfügbarkeit, Verbrauch und Gesundheit

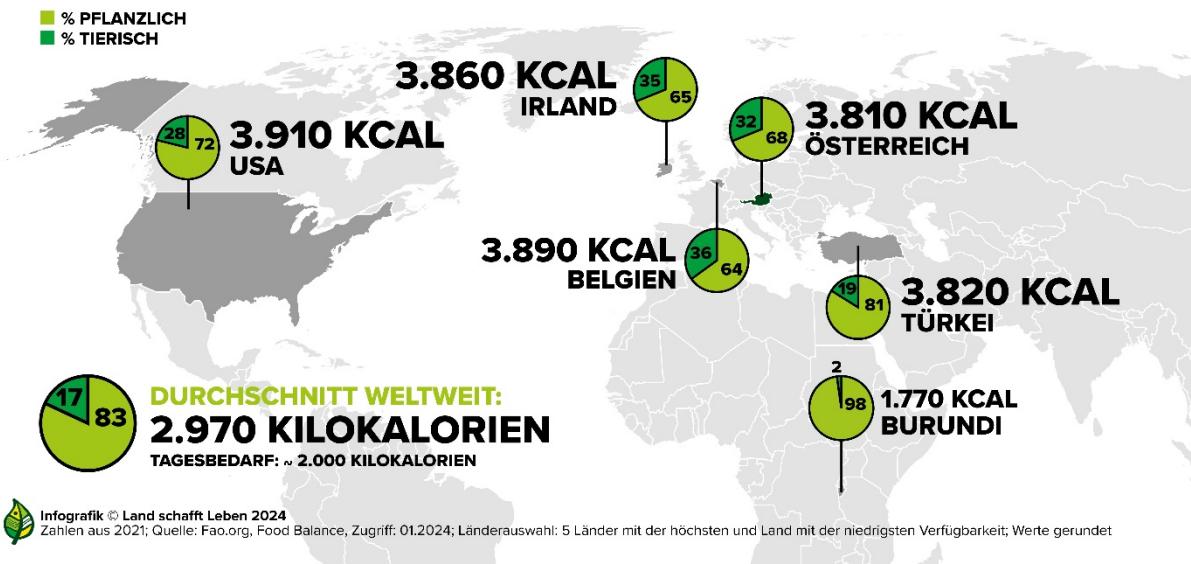
Ist unsere Ernährung gesichert?

Ob durch Pandemie, Krieg in der Ukraine oder Klimakrise, das Thema Ernährungssicherheit ist in vielen Ländern wieder verstärkt in den Fokus gerückt. Auch in Österreich sind die Auswirkungen bestimmter Ereignisse zumindest indirekt zu spüren. So kam es zu Beginn der Corona-Pandemie zu Hamsterkäufen von vorrangig länger haltbaren Produkten wie Konserven, Teigwaren und Reis. Durch den Ausbruch des Ukrainekriegs folgte eine zeitweise fehlende Verfügbarkeit vereinzelter Lebensmittel wie beispielsweise Sonnenblumenöl. Und schließlich wurde zu Beginn des Jahres 2023 aufgrund höherer Energiepreise später mit der Gemüseproduktion begonnen als sonst, weshalb der Handel teilweise auf mehr Importware zurückgriff als in den Vorjahren.

Die ausreichende Verfügbarkeit von Nahrung und der Zugang zu Lebensmitteln sind hierzulande laut Lebensmitteleinzelhandel (LEH) aktuell dennoch nicht gefährdet: Österreich liegt, was die Ernährungssicherheit betrifft, weltweit im Spitzenbereich. Im Ranking des Global Food Security Index von 2022, der die Ernährungssicherheit von 113 Ländern anhand ihrer nationalen natürlichen Ressourcen, Leistbarkeit, Verfügbarkeit, Qualität und Sicherheit vergleicht und das Finnland, Irland und Norwegen anführen, belegen wir Platz zwölf und lassen damit etwa Deutschland hinter uns. Auch bei der Anzahl der Kilokalorien, die uns pro Person und Tag zur Verfügung stehen, haben wir im Rennen die Nase vorn: Österreich findet sich mit rund 3.800 Kilokalorien weltweit auf Platz fünf wieder – gebraucht werden von einer Person zwischen 25 und 51 Jahren in etwa 2.000 Kilokalorien pro Tag (abhängig vom Geschlecht und Ausmaß der Aktivität). Nur den Bürgerinnen und Bürgern der USA, Irlands, Belgiens und der Türkei stehen pro Kopf noch etwas mehr Kilokalorien zur Verfügung. Hier wie dort ist die Versorgung basierend auf Zahlen der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) aus 2021 gesichert: Die Supermarktregale bieten weit mehr energiereiche Nahrung an, als tatsächlich benötigt wird.

VERFÜGBARKEIT VON KALORIEN PRO KOPF UND TAG

ÖSTERREICH IM GLOBALEN VERGLEICH AUF PLATZ 5



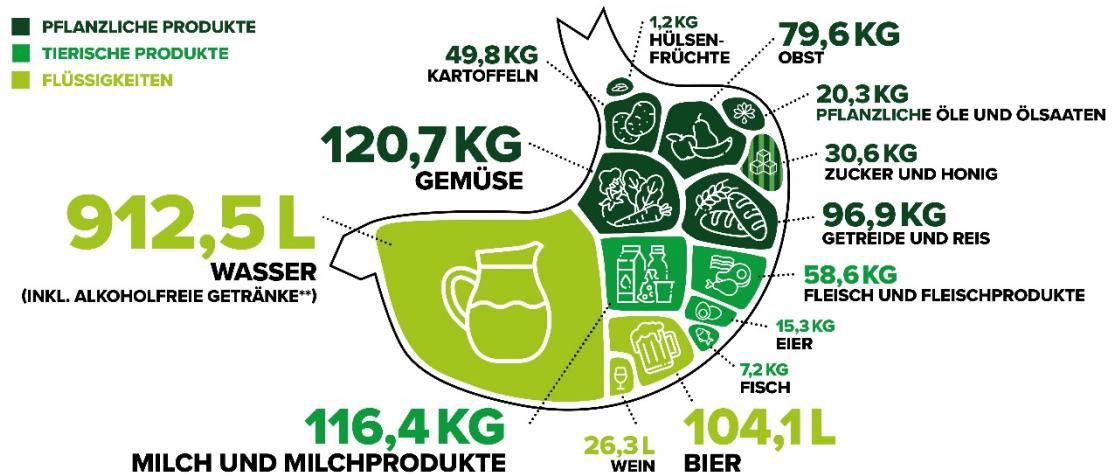
Tatsächlich gefährden könnten die Ernährungssicherheit jedoch die Auswirkungen des Klimawandels. So rechnet die AGES (Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit) aufgrund veränderter Klimaverhältnisse in den kommenden 40 Jahren mit Ertragsrückgängen von durchschnittlich 19 Prozent.

Wie viel verbrauchen wir pro Person und Jahr?

Mehr als eineinhalb Tonnen Lebensmittel verbrauchen wir durchschnittlich pro Jahr. Geht man von einer Person aus, die 70 Kilogramm auf die Waage bringt, nehmen wir pro Jahr knapp das Neunfache des eigenen Körpergewichts in Form von festen Lebensmitteln zu uns. Flüssigkeiten wie Wasser, Bier und Wein machen circa zwei Drittel, also rund eine Tonne, der jährlich konsumierten Menge aus: Mit ihnen könnte man etwa fünf Badewannen zu je 200 Litern füllen.

MEHR ALS 1 ½ TONNEN LEBENSMITTEL

SO VIEL KONSUMIERT EINE PERSON DURCHSCHNITTLICH PRO JAHR*

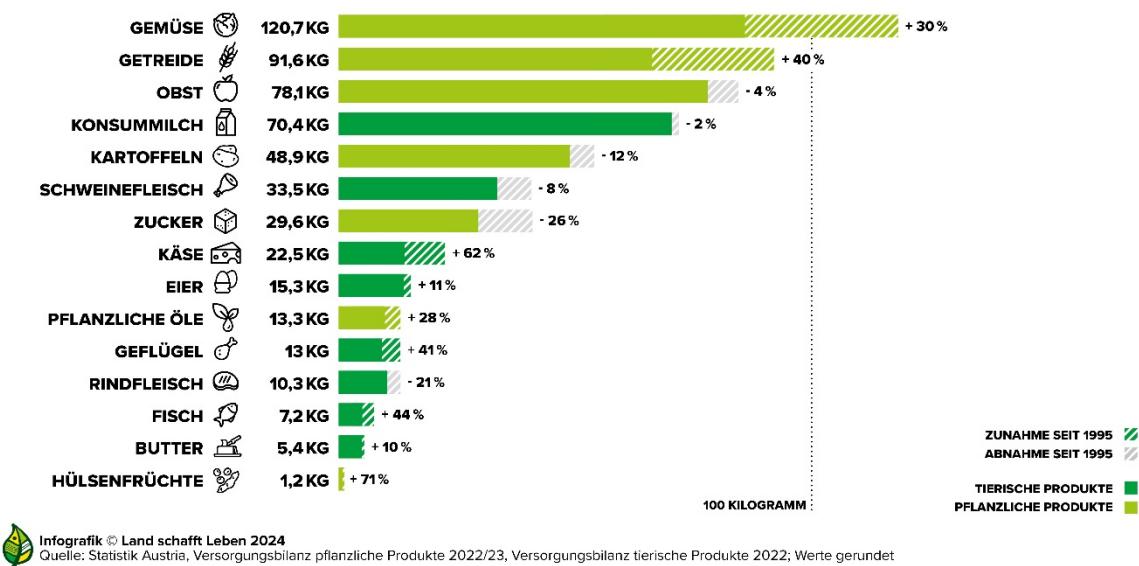


Infografik © Land schafft Leben 2024

*Pro-Kopf-Verbrauch (inkl. Lebensmittelverschwendungen im Haushalt). **alkoholfreie Getränke = Mineralwasser, Früchte-/Kräuter-/Schwarztee, Obst- und Gemüsesäfte, Kaffee und andere koffeinhaltige Getränke (ausgenommen Limonaden); Quellen: Statistik Austria, Versorgungsbilanzen für pflanzliche Produkte 2022/23, Versorgungsbilanzen für tierische Produkte 2022; Österreichischer Ernährungsbericht 2017

Sieht man sich die Entwicklung seit 1995 an, sind verschiedene Trends zu beobachten. Gemüse und Getreide, im Idealfall tägliche Bestandteile unserer Ernährung, landen heute deutlich öfter oder in größeren Mengen auf unseren Tellern als noch vor 25 Jahren. Ersteres weist pro Kopf den Bärenanteil am gesamten Lebensmittelverbrauch auf: Rund 121 Kilogramm Gemüse nimmt eine Person in Österreich pro Jahr im Schnitt zu sich. Auch bei tierischen Lebensmitteln hat sich der Griff ins Regal, was deren nachgefragte Mengen angeht, teilweise verändert: Während sich die verbrauchten Milchmengen nahezu die Waage hielten, wuchs unser Hunger auf Käse im letzten Vierteljahrhundert von 14 auf über 22 Kilogramm an. Der Fischkonsum nahm zwischen 1995 und 2021 beinahe um die Hälfte zu. Bei Fleisch ist der Verbrauch in diesem Zeitraum insgesamt gesunken – von 65,5 Kilogramm auf etwas unter 59 Kilogramm –, wobei der Anteil von Geflügel einen Zuwachs verzeichnete.

PRO-KOPF-VERBRAUCH SEIT 1995



Infografik © Land schafft Leben 2024

Quelle: Statistik Austria, Versorgungsbilanz pflanzliche Produkte 2022/23, Versorgungsbilanz tierische Produkte 2022; Werte gerundet

Bei Lebensmitteln, für die ein maßvoller Konsum empfohlen wird, zeigt die Kurve nach unten. Unser Wein- und Zuckerverbrauch etwa ist deutlich gesunken: Wir trinken heute etwa ein Siebtel weniger Wein als noch im Jahr 1995 und nehmen circa ein Viertel weniger Zucker zu uns. Die Gründe dafür mögen unter anderem in einem veränderten Ernährungsbewusstsein liegen.

So setzt sich der Lebensmittelverbrauch zusammen

Wie viel wir in Österreich pro Kopf verbrauchen, wird jährlich von Statistik Austria berechnet. Hierfür wird zuerst die sogenannte Inlandsverwendung beziehungsweise der Inlandsverbrauch ermittelt. Sie ergibt sich aus der heimischen Erzeugung plus Import minus Export und den veränderten Lagerbeständen. Im zweiten Schritt wird die Verwendung als Nahrung errechnet. Andere Verwendungszwecke der Lebensmittel werden abgezogen: Bei tierischen Produkten etwa sind das Knochenanteile, die industrielle Verwertung, die Verwendung als Heimtierfutter sowie Verluste. Aus den verwendeten 88,2 Kilogramm Schlachtkörpergewicht ergibt sich schließlich ein Verbrauch von 58,6 Kilogramm pro Kopf (2022) für den Verzehr. Auch bei anderen Lebensmitteln, zum Beispiel beim Obst, ist der tatsächliche Nahrungsverbrauch geringer als die Inlandsverwendung. Hier werden die Verarbeitung zu Fruchtsaft und Obstdestillaten, etwa Schnaps, sowie Verluste abgezogen.

Wie viel geht durch Lebensmittelverschwendungen verloren?

Nicht alles, was wir „verbrauchen“, nehmen wir schlussendlich auch zu uns. Weltweit werden über die gesamte Wertschöpfungskette etwa ein Drittel der produzierten Lebensmittel entsorgt. In den österreichischen Haushalten finden insbesondere Süß- und Backwaren ihren Weg in den Abfall, gefolgt von Obst und Gemüse. Über alle Entsorgungswege – also Restmüll, Biomüll, Kompost, Kanal und Ähnliches – kommt eine Menge von rund 60 Kilogramm Lebensmittelabfall pro Person und Jahr zusammen, wie im Rahmen einer Studie

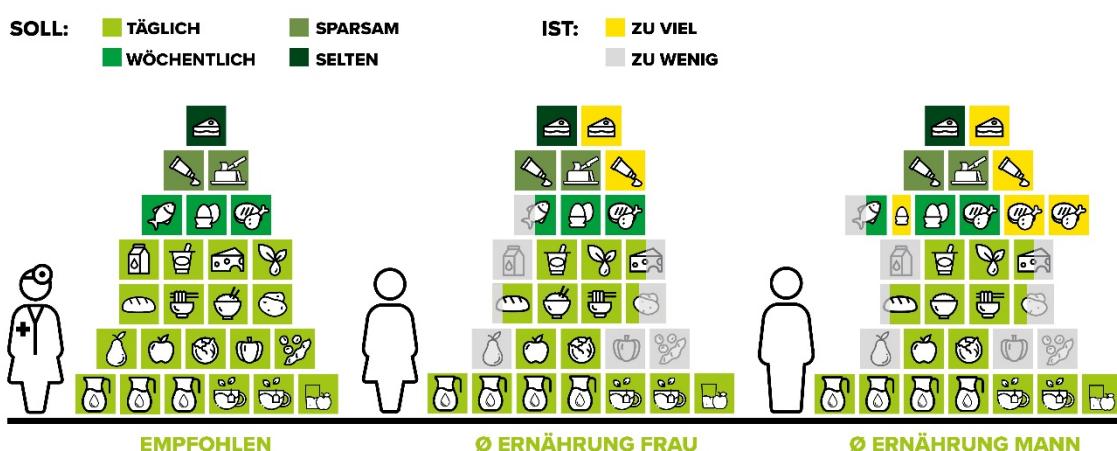
der Universität für Bodenkultur (BOKU) im Auftrag des WWF im Jahr 2020 berechnet wurde. „In Geld ausgedrückt bedeutet das, dass jeder Haushalt jährlich bis zu 800 Euro durch Verschwendungen in den Müll wirft.“, betont Gudrun Obersteiner, stellvertretende Leiterin des Instituts für Abfall- und Kreislaufwirtschaft und der BOKU Wien und Autorin der Studie.

Was sollten wir essen und trinken – und in welchen Mengen?

Nicht nur was wir essen, sondern auch wie viel, gibt Aufschluss darüber, ob wir uns gesund ernähren. „Wir essen zu viel von fast allem, aber zu wenig vom Richtigen“, beschreibt der Humanbiologe und Arzt Martin Grassberger die gegenwärtige Situation. So sind 51 Prozent der Erwachsenen hierzulande übergewichtig oder adipös, während wir gleichzeitig unterernährt sind, was die Zufuhr bestimmter Nährstoffe angeht. Während bei einigen Lebensmittelgruppen – etwa energiearmen Getränken wie Wasser, Mineralwasser, ungezuckerten Tees und verdünnten Obst- und Gemüsesäften – ein täglicher Konsum in bestimmten Mengen empfohlen wird, sollten verschiedene andere Getränke und Speisen nur in Maßen genossen werden. Auch das Geschlecht und die Altersgruppe spielen eine Rolle, wenn es darum geht, ob und wie viel von etwas im Sinne einer ausgewogenen Ernährung als gesund gilt. So lässt sich die Gesundheit zu einem guten Teil durch die Ernährung beeinflussen: „Jemand kann beispielsweise die genetische Veranlagung für Laktoseintoleranz haben und trotzdem Milchprodukte vertragen“, erläutert Internist Meinrad Lindschinger. „Eine Daumenregel besagt: Ein Drittel ist Genetik und körperliche Voraussetzung, ein Drittel ist Umwelt und Verhalten und ein Drittel ist praktisch Ernährung – bei jeder Zivilisationskrankheit.“ Als Orientierung für empfohlene Mengen der verschiedenen Lebensmittelgruppen dient die [Österreichische Ernährungspyramide](#). Wie sich die tatsächlich konsumierten Mengen im Vergleich zusammensetzen, darüber gibt der Österreichische Ernährungsbericht Auskunft. im Vergleich zusammensetzen, darüber gibt der Österreichische Ernährungsbericht Auskunft.

ERNÄHRUNGSPYRAMIDEN IM VERGLEICH

EMPFOHLEN VS. TATSÄCHLICH KONSUMIERT



Infografik © Land schafft Leben 2024

Ebene 1: Flüssigkeit; Ebene 2: Gemüse, Hülsenfrüchte und Obst; Ebene 3: Getreideprodukte und Kartoffeln; Ebene 4: Milch und Milchprodukte, Fette und Öle; Ebene 5: Fisch, Fleisch, Wurst und Eier; Ebene 6 und Ebene 7: Fettes, Süßes und Salziges; Quelle: Österreichischer Ernährungsbericht 2017

Von alkoholfreien und energiearmen Getränken werden täglich mindestens 1,5 Liter empfohlen – die Österreicherinnen und Österreicher schaffen jedoch deutlich mehr: Frauen trinken durchschnittlich 2,3 bis 2,4 Liter, Männer 2,3 bis drei Liter, wobei bei Letzteren der Konsum von Getränken mit zunehmendem Alter abnimmt.

Die täglich empfohlenen fünf Portionen Obst und Gemüse – ein Wert, den man oft schon seit der Volksschulzeit kennt – setzen sich idealerweise aus zwei Portionen Obst und drei Portionen Gemüse und/oder Hülsenfrüchten zusammen. So viel erreichen hierzulande weder Männer noch Frauen. Während Männer auf gerade einmal die Hälfte der empfohlenen Obstmenge kommen, liegt der Konsum der Frauen etwas darüber. Beim Gemüse findet man bei beiden Geschlechtern sogar nur etwa ein Drittel dessen, was als gesund gilt, auf dem Speiseplan.

Besser sehen die Zahlen in der Gruppe der Lebensmittel aus, die uns Kohlenhydrate und – zumindest in der Vollkornvariante – bedeutende Mengen Ballaststoffe liefern. Von den empfohlenen vier täglichen Portionen Getreide, Brot, Nudeln und Reis schaffen es etwa drei auf unsere Teller. Besonders Getreide(-produkte) und Körner werden gerne verzehrt – Kartoffeln dürften wir uns öfter schmecken lassen.

Milch und Milchprodukte, die zu den wichtigsten Quellen für Kalzium in der Ernährung zählen, finden sich ebenfalls in der Basis der österreichischen Ernährungspyramide wieder. Rund 500 Gramm – darunter zwei Portionen „weiß“ und eine „gelb“ – wären das tägliche Ziel. Hier kann aus Milchprodukten wie zum Beispiel Naturjoghurt (weiß), den verschiedenen Käsearten (gelb) und Milch (weiß) gewählt werden. In Österreich kommen wir nicht auf die empfohlenen Mengen – Frauen erreichen nur etwa die Hälfte, Männer etwas mehr.

Für den Verzehr von tierischen Lebensmitteln wie Fisch, Fleisch- und Wurstprodukten wird eine wöchentliche Maximalmenge empfohlen. Bei Fleisch und Fleischprodukten schlägt das Pendel nach oben aus: Männer überschreiten die als gesund geltende Menge von wöchentlich maximal 300 bis 450 Gramm etwa um das Dreifache. Frauen konsumieren ebenfalls mehr als die für sie empfohlene Menge. Fisch dürfte und sollte doppelt so oft genossen werden, wie es derzeit der Fall ist. Für Eier, die als hochwertige Eiweißquelle den Speiseplan ergänzen können, werden grundsätzlich drei Stück pro Woche empfohlen – dennoch kommt es hier auf die Gesamtqualität der Ernährung und die Aufnahmemengen weiterer tierischer Lebensmittel an. Insgesamt sinkt der Konsum von Eiern, Fleisch und Fleischprodukten bei beiden Geschlechtern mit zunehmendem Alter.

FLEISCHVERZEHР* IN ÖSTERREICH



Infografik © Land schafft Leben 2024
*umfasst Fleisch- und Fleischprodukte; eigene Prozentrechnung auf Basis der Durchschnittswerte; Quelle: Bundesministerium für Gesundheit und Frauen (2017), Österreichischer Ernährungsbericht

Fett, süß und salzig soll es am besten nur möglichst selten sein. Ein bis zwei Eßlöffel pflanzliche Öle sowie maximal eine Portion zucker- und fettreiche Lebensmittel wie Naschereien, Snacks, Knabberereien und Limonaden werden empfohlen. (Feste) Streich-, Back- und Bratfette wie Butter, Margarine oder Schmalz, die bei der Zubereitung von Lebensmitteln zum Einsatz kommen, sollten sparsam verwendet werden. Tatsächlich nehmen wir aber größere Mengen an Fett zu uns, als empfohlen wird. Während unser Konsum von salzigen Snacks wie Chips oder Süßem wie Kuchen und Torten sich im Rahmen hält – wenige Menschen greifen täglich zu Lebensmitteln aus dieser Gruppe – sieht es bei Zucker, Schokolade und Süßwaren anders aus: Genauso wie zuckerreiche Limonaden werden diese Lebensmittel zu häufig gegessen und getrunken. Zumindest der Konsum von Limonaden geht bei Frauen wie auch bei Männern mit zunehmendem Alter zurück.

Ganz anders sieht es laut dem Österreichischen Ernährungsbericht beim [Alkoholkonsum](#) aus: Männer im Alter zwischen 19 und 25 Jahren konsumieren umgerechnet in etwa 212 Gramm alkoholische Getränke pro Tag, während Männer zwischen dem 52. und 65. Lebensjahr rund 339 Gramm Alkohol täglich konsumieren. Frauen steigern ihren Alkoholkonsum im selben Zeitraum von etwa 72 auf 86 Gramm alkoholischer Getränke, sie bleiben also unabhängig vom Alter in einem deutlich niedrigeren Bereich.

Was lässt sich zusammenfassend zum Konsum der verschiedenen Lebensmittelgruppen in Österreich sagen? Wir sollten öfter als bisher zu Gemüse, Hülsenfrüchten und Obst, Milch und Milchprodukten sowie zu Getreide und Kartoffeln greifen. Vor allem Männer essen durchschnittlich zu oft und zu viele Fleisch- und Wurstprodukte und nehmen dadurch größere Mengen Fett, gesättigte Fettsäuren und Cholesterin zu sich als empfohlen. Unsere Aufnahme von Fetten, Ölen, Süßem und Salzigem ist ebenfalls höher als empfohlen.

Konsumieren wir, was bei uns gut produziert werden kann?

Was, wo und wie produziert werden kann, hängt im Wesentlichen von der Topografie, also den geographischen Bedingungen, sowie vom Klima ab. Diese natürlichen Gegebenheiten sind es, die bestimmen, ob sich ein Boden für den Ackerbau oder als Grünland eignet. In Österreich teilt sich die landwirtschaftliche Fläche annähernd jeweils zur Hälfte in Acker- und Grünland auf. Es liegt also nahe, sowohl pflanzliche als auch tierische Lebensmittel zu produzieren.

„Wirklich Sinn macht es allerdings nur, wenn tatsächlich lediglich Biomasse tierisch verwertet wird, die sich nicht für den direkten menschlichen Verzehr eignet“, ergänzt Wilhelm Windisch, ehemaliger Professor für Tierernährung an der Technischen Universität München. Der Agrarexperte spricht damit etwa das für Menschen unverdauliche Gras, Stroh oder die Nebenprodukte wie Weizenkleie oder Rückstände aus der Bierherstellung (Biertreber) an, die bei Produktion und Verarbeitung pflanzlicher Lebensmittel unweigerlich anfallen. Diese so genannte nicht-essbare Biomasse über die Verfütterung an Tiere in hochwertige Lebensmittel umzuwandeln, stellt für Wilhelm Windisch einen wesentlichen Bestandteil einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft dar, die das generelle Ziel sein müsse.

„In einer erst jüngst veröffentlichten Studie konnten wir für Deutschland zeigen, dass statistisch gesehen auf jedes hergestellte Kilogramm eines pflanzlichen Lebensmittels ungefähr vier Kilogramm nicht-essbare Biomasse anfallen. In Österreich mit seinem deutlich höheren Grünlandanteil sind es wahrscheinlich fünf oder sechs Kilogramm. Verfüttern wir diese an Nutztiere, gewinnen wir zu den Nährstoffen und Kilokalorien der pflanzlichen Nahrung nochmals mindestens die Hälfte in Form tierischer Erzeugnisse hinzu. Mit derselben Nutzfläche steigern wir damit die Ernährungssicherheit um mindestens 50 Prozent. In Österreich sogar um mehr als das.“

Weitere Beispiele für anfallende Biomasse in Form von Nebenprodukten wären etwa Rübenschitzel aus der Zuckerherstellung oder Rapsextraktionsschrot aus der Ölherstellung. Zwischenfrüchte wie etwa Klee lassen sich nur über den Tiermagen sinnvoll zur Produktion von Lebensmitteln nutzen. Letztere sind im Ackerbau wichtig, um Nährstoffe im Boden zu erhalten. Insbesondere für die biologische Landwirtschaft, die etwa auf synthetischen Stickstoffdünger verzichtet, sind Zwischenfrüchte deshalb von besonderer Bedeutung. Mit einem höheren Anteil an biologischem Anbau und damit an Zwischenfrüchten verschiebt sich auch das Verhältnis von essbarer noch stärker in Richtung nicht-essbarer Biomasse: „Da bin ich dann auch in Deutschland nicht mehr bei eins zu vier, sondern bei eins zu sechs oder sieben“, erklärt Windisch.

BIOMASSE: AUF DEN TELLER ODER IN DEN TROG?

PRO 1 KG ESSBARER BIOMASSE FALLEN ETWA 4 KG NICHT ESSBARE BIOMASSE AN (VERHÄLTNIS ~ 1:4)*



Infografik © Land schafft Leben 2024
*bezogen auf DE, variiert je nach landwirtschaftlicher Nutzfläche, Produktion und Produktionsweise; Quelle: Prof. Dr. Wilhelm Windisch, Technische Universität München

Eine Einteilung in essbare und nicht-essbare Biomasse ist aber nicht immer ganz einfach. Sie hängt nicht nur von der tatsächlichen Genießbarkeit (bzw. Verträglichkeit für den Menschen) und dem Nährwert, sondern auch von den technischen Möglichkeiten in der Verarbeitung und den kulturellen Essgewohnheiten ab. So würde beispielsweise auch die durchaus genießbare Weizenkleie noch viele Nährstoffe und vor allem gesundheitsförderliche Ballaststoffe enthalten, sie ist jedoch kaum Bestandteil unseres Speiseplans. Da eine industrielle Extraktion darüber hinaus unverhältnismäßig aufwändig wäre, ist die derzeitige Nutzung als Tierfutter für die Ernährungssicherung am sinnvollsten. Auch bei der Herstellung veganer Lebensmittel, bei denen sich Prof. Windisch etwas weniger „Polarisierung“ im Diskurs wünschen würde, fällt unweigerlich nicht-essbare Biomasse an: „Beim Haferdrink, beispielsweise, wird der Hafer zermahlen und aufgeschwemmt. Dabei geht in etwa nur ein Drittel des Hafers in den Drink. Die übrigen zwei Drittel sind aber immer noch sehr nährstoffreich und eignen sich hervorragend als Futtermittel für Nutztiere, wie vielerorts auch in der Praxis zu sehen ist. Eine Verwertung über Biogasanlagen oder gar eine Entsorgung völlig ohne Nutzung wäre ein No-Go der Kreislaufwirtschaft. Bildlich gesprochen ist jedes Glas Haferdrink also mit einem weiteren Glas Kuhmilch gekoppelt.“

Ein anderes Beispiel für essbare Biomasse, die als Futtermittel verwendet wird, ist Sojaschrot: Etwa 60 Prozent der heimischen Soja-Erzeugung landen – teilweise nach Extraktion des Sojaöls für die Lebensmittelindustrie – zu Sojaschrot verarbeitet – bei uns im Futtertrog. So dienen sie über den Umweg des Tiermagens der menschlichen Ernährung. Bei Geflügel und Schwein beträgt der Sojaanteil in der Futtermittelration rund zwanzig Prozent, bei der Rinderhaltung sind es bis zu fünf Prozent, da das Rind als Wiederkäuer einen Großteil seiner Nährstoffe aus Grünfutter wie Gräsern bezieht. Ob auf einer konkreten Ackerfläche letztlich Futtermittel oder Lebensmittel entstehen, ergibt sich teilweise erst bei der Ernte der Kultur. So kann die Qualität von Weizen je nach Witterung zum Beispiel beim

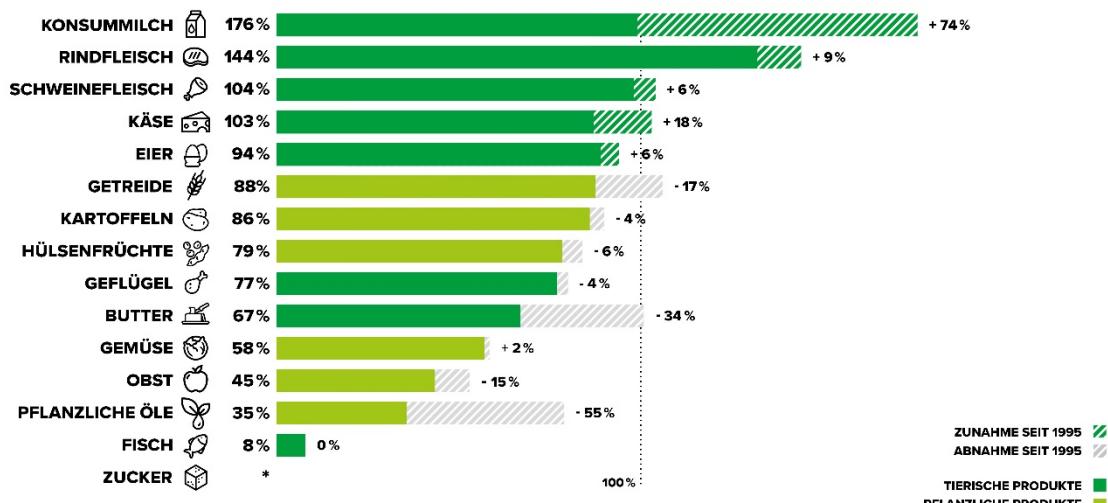
Eiweißgehalt variieren, wodurch sich seine Eignung zum Brotbacken und damit auch seine Verwendbarkeit für unseren kulturellen Speiseplan vermindert.

Berechnungen nach Guggenberger ergeben, dass das Angebot an Nahrungsenergie aus österreichischer Landwirtschaft die Nachfrage im Berechnungsjahr 2012 theoretisch um elf Prozent überschritten hat. Die Selbstversorgungsgrade einzelner Lebensmittel, bezogen auf den tatsächlichen Mengenverbrauch, unterscheiden sich jedoch erheblich und liegen beispielweise bei Gemüse bei etwas mehr und bei Obst bei weniger als der Hälfte des Konsums. Dass die Versorgungssicherheit mit den Produkten einzelner Lebensmittelgruppen wie zum Beispiel Milch gegeben ist, sagt demnach noch nichts darüber aus, wie krisensicher unsere Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion in Hinblick auf verschiedene andere Produkte sind – auch wenn unsere Regale voll sind.

Auch weist der österreichische Rechnungshof 2023 in seinem Bericht zur Lebensmittel-Versorgungssicherheit darauf hin, dass nach Schweizer Vorbild die Ermittlung von *Netto-Selbstversorgungsgraden* erfolgen sollte, um ein „genaueres Bild der Selbstversorgung zu erhalten“. So müsste etwa bei tierischen Produkten jener Anteil abgezogen werden, der unter Verwendung von importierten Futtermitteln erzeugt worden ist, um den jeweiligen möglichen Selbstversorgungsgrad mit einem Lebensmittel zu ermitteln. Für die Schweiz würde der Verzicht auf importierte Futtermittel etwa bedeuten, dass insbesondere die Produktionsmenge an Schwein und Geflügel drastisch reduziert werden müsste.

„Für Österreich kann man sagen, dass es in seiner Produktion relativ ‚standortgerecht‘ wirtschaftet“, so Thomas Guggenberger, Nutztierforscher an der HBLFA Raumberg-Gumpenstein. Dass bei uns vor allem die natürlichen Grundlagen des Standortes effizient genutzt werden, zeigt sich auch im – verglichen mit anderen Ländern relativ geringen – CO₂-Fußabdruck etwa von Milch oder Rindfleisch. So weist Österreich bei der Produktion von Rindfleisch, Milch und Eiern laut einer umfassenden Studie aus dem Jahr 2010 im EU-Vergleich den geringsten CO₂-Ausstoß aller untersuchten Länder auf.

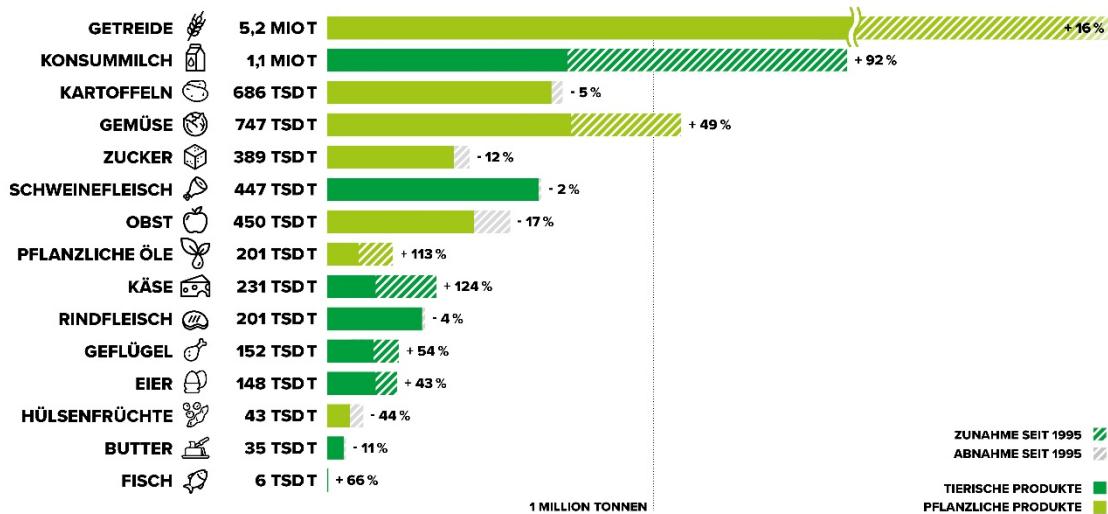
SO GUT KÖNNEN WIR UNS SELBST VERSORGEN



Infografik © Land schafft Leben 2024

*Werte nicht verfügbar; Quelle: Statistik Austria, Versorgungsbilanz pflanzliche Produkte 2022/23, Versorgungsbilanz tierische Produkte 2022; Werte gerundet

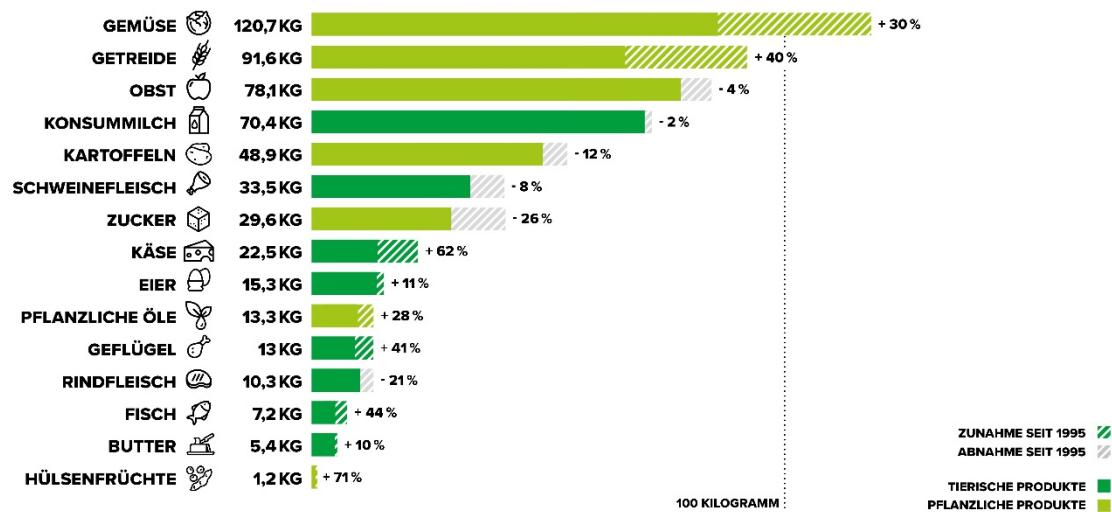
LEBENSMITTEL-PRODUKTIONSMENGEN SEIT 1995



Infografik © Land schafft Leben 2024

*Quelle: Statistik Austria, Versorgungsbilanz pflanzliche Produkte 2022/23, Versorgungsbilanz tierische Produkte 2022; Werte gerundet

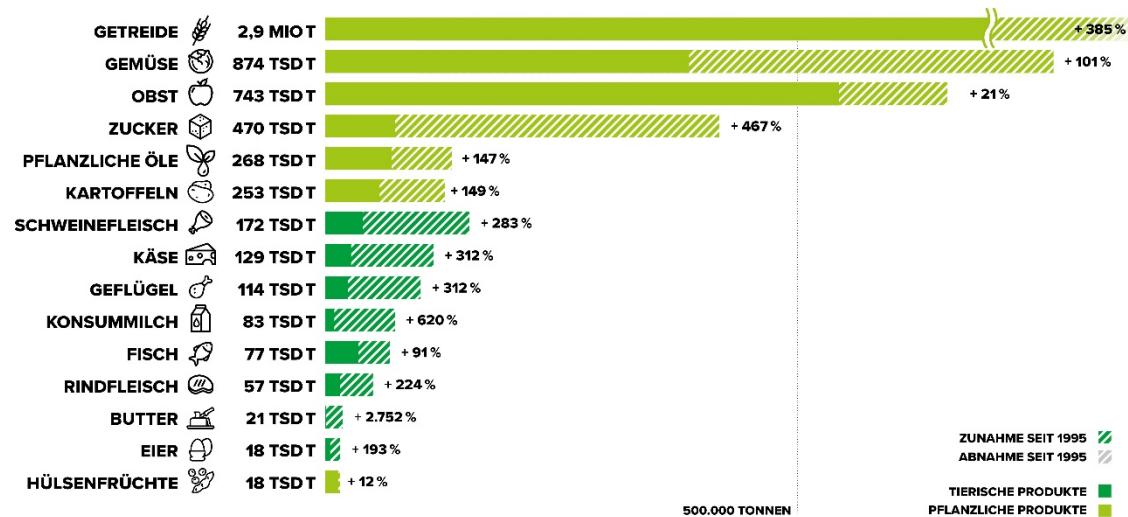
PRO-KOPF-VERBRAUCH SEIT 1995



Infografik © Land schafft Leben 2024

Quelle: Statistik Austria, Versorgungsbilanz pflanzliche Produkte 2022/23, Versorgungsbilanz tierische Produkte 2022; Werte gerundet

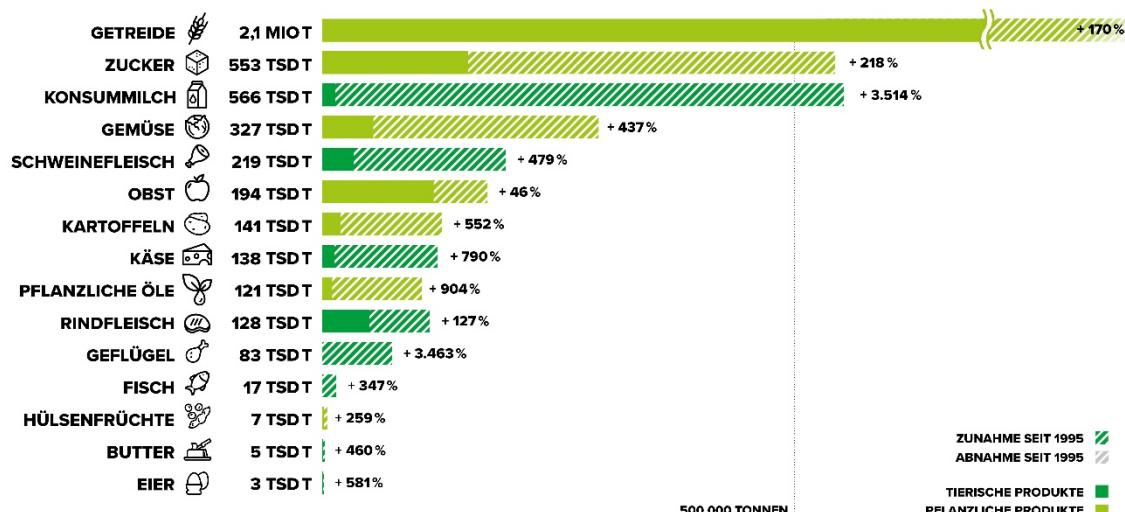
LEBENSMITTEL-IMPORTMENGEN SEIT 1995



Infografik © Land schafft Leben 2024

Quelle: Statistik Austria, Versorgungsbilanz pflanzliche Produkte 2022/23, Versorgungsbilanz tierische Produkte 2022; Werte gerundet

LEBENSMITTEL-EXPORTMENGEN SEIT 1995



Infografik © Land schafft Leben 2024

Quelle: Statistik Austria, Versorgungsbilanz pflanzliche Produkte 2022/23, Versorgungsbilanz tierische Produkte 2022; Werte gerundet

CO₂-FUSSABDRUCK TIERISCHER LEBENSMITTEL AUS ÖSTERREICH IM EU-VERGLEICH



	MILCH	RIND	SCHWEIN	GEFLÜGEL	EIER
EU-SCHNITT	1,4 KG	22,2 KG	7,5 KG	4,9 KG	2,9 KG
ÖSTERREICH	1,0 KG	14,2 KG	5,9 KG	3,5 KG	2,0 KG
NIEDRIGSTER WERT	1,0 KG ÖSTERREICH / IRLAND	14,2 KG ÖSTERREICH	4,8 KG IRLAND	3,3 KG IRLAND	2,0 KG ÖSTERREICH
HÖCHSTER WERT	2,8 KG ZYPERN	44,1 KG ZYPERN	20,3 KG LETTLAND	17,8 KG LETTLAND	8,7 KG ZYPERN



Infografik © Land schafft Leben 2023

CO₂-Fußabdruck in kg CO₂-Äquivalente pro kg Lebensmittel; Quelle: Leip et al. (2010); Evaluation of the livestock sector's contribution to the EU greenhouse gas emissions (GGELs)

Bei den meisten tierischen Lebensmitteln gelingt es uns, den eigenen Verbrauch mit Produkten aus heimischer Erzeugung annähernd oder mehr als zu decken. Wir produzieren – bei jährlich schwankenden Mengen in allen Lebensmittelkategorien – fast doppelt so viel Milch, wie in Österreich konsumiert wird. Durch den Einsatz von sogenannten Zweinutzungsrassen – also Rassen, die sowohl als Milch- wie auch als Fleischlieferanten gute Leistungen zeigen – ist auch beim Rindfleisch der Eigenbedarf mit 144 Prozent ausreichend gedeckt. Schweinefleisch und Käse liegen bei über, Eier knapp unter 100

Prozent. Mit Getreide und Kartoffeln können wir uns zu fast 90 Prozent selbst versorgen, wobei die Tendenz fallend ist. Während von Geflügel und Butter immer noch 77 Prozent beziehungsweise 67 Prozent der Mengen hergestellt werden, die wir verbrauchen, können wir uns mit Gemüse und Obst nur zu 58 beziehungsweise 45 Prozent selbst versorgen. Bei Gemüse und Obst ist der – laut Österreichischer Ernährungspyramide – ohnehin zu geringe Konsum also nur etwa zur Hälfte durch die heimische Produktion gedeckt.

Franz Sinabell vom WIFO ist überzeugt: „Wir wissen, dass in Österreich wie in vielen anderen Ländern der Fleischkonsum zu hoch ist, genauso wie der von Zucker – die Ernährung ist also nicht optimal. Die Landwirtschaft kann das aber nicht beeinflussen, sie produziert, was nachgefragt wird: Wenn Zucker nachgefragt wird, dann wird Zucker produziert. Das ist ja auch die Aufgabe der Landwirtschaft. Das System kann deshalb nur von den Konsumentinnen und Konsumenten geändert werden.“

Um das Ziel einer annähernd vollständigen und noch nachhaltigeren Kreislaufwirtschaft zu erreichen, müsste die österreichische Landwirtschaft auf Futtermittelimporte aus Übersee gänzlich verzichten und sich noch mehr als ohnehin schon auf die Menge an Biomasse beschränken, die am eigenen Betrieb oder in der Region anfällt. Die Produktionsmenge an tierischen Lebensmitteln würden dann zurückgehen. Der Konsum müsste sich entsprechend anpassen. Das heißt konkret: deutlich weniger, aber keinesfalls gar nichts Tierisches mehr.

Windisch sagt weiter: „Die Abschaffung der Tierhaltung zu fordern ist wie zu sagen, wir dürfen als Antwort auf die Klimakrise in Zukunft überhaupt keine Energie mehr verwenden. Das ist natürlich völliger Blödsinn.“ Stattdessen fordert er, die Tierhaltung weitgehend auf – wie er es nennt – auf „regenerierbare“ Futtermittel umzustellen, sprich den Tieren nur das zu fressen geben, was ohnehin anfällt. „In letzter Konsequenz heißt das: Wir müssen vom Überkonsum an Fleisch, Milch und Eiern runter, dürfen aber gleichzeitig verwertbare Biomasse nicht wegwerfen. Deshalb brauchen wir auch in Zukunft Tierhaltung und dürfen weiter eine gewisse Menge Fleisch essen. Das Ganze ist eine Frage der Optimierung.“

Einen großen Anpassungsbedarf sieht der Wirtschafts- und Agrarexperte Sinabell auch im Bereich saisonales Obst und Gemüse: „Wenn man in die Läden schaut, werden über das ganze Jahr hinweg die mehr oder weniger gleichen Gemüsearten angeboten und gekauft – also Paprika, Paradeiser, Gurken und so weiter. Die stammen im Winter aus einer energieaufwendigen Glashausproduktion oder werden über weite Strecken zu uns transportiert. Hier wäre es durchaus sinnvoll, das Sortiment an die Saison anzupassen – etwa mit winterfesten Sorten wie zum Beispiel Blattkohlen, Zwiebelgewächsen, Wurzelgemüse und Salaten, die auch in der kalten Jahreszeit bei uns wachsen.“

Martin Bruckner, Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler an der Wirtschaftsuniversität Wien, sieht es als Aufgabe der Politik, die politischen Rahmenbedingungen so zu gestalten, „dass es Konsumentinnen und Konsumenten einfach gemacht wird, sich beim Kauf von Lebensmitteln für nachhaltige Optionen zu entscheiden“. Eine mögliche Überproduktion sollte, so sieht es Franz Sinabell, auch im Sinne der globalen Ernährungssicherheit anderen Regionen zur Verfügung stehen – Regionen, die uns wiederum mit ihren Lebensmitteln beliefern und unseren Speiseplan erweitern. Das alles jedoch in einem „gesunden“ Ausmaß.

So viel Fläche beansprucht unser Lebensmittelkonsum

Lebensmittelproduktion braucht Fläche. In Österreich stehen dafür grob gesagt zweieinhalb Millionen Hektar an Acker- und Grünland (Wiesen und Weiden) zur Verfügung. Das entspricht einem knappen Drittel der Gesamtfläche des Landes. Warum ist das wichtig? Und: Reicht diese Agrarfläche überhaupt aus, um unseren derzeitigen Lebensmittelkonsum zu decken? Kurze Antwort: nein. Aber der Reihe nach...

Nahezu 100 Prozent der von uns konsumierten Lebensmittel werden zuvor von landwirtschaftlichen Betrieben produziert. Was wie eine Binsenweisheit klingt, galt die längste Zeit der Menschheitsgeschichte mitnichten: Hundertausende Jahre lang aßen Menschen ausschließlich das, was die Natur gewissermaßen von allein bereitstellte und lediglich noch erjagt oder eingesammelt werden musste. Seit Erfindung der Landwirtschaft vor rund 10.000 Jahren ist alles anders. Seither durchlaufen Lebensmittel einen von Menschen gesteuerten Produktionsprozess. Es gilt das Prinzip: nur wer vorne bestimmte Ressourcen wie Dünger, Saatgut, Muskel- oder Maschinenkraft zur Bodenbearbeitung und ähnliches hineinsteckt, kann hinten etwas ernten.

Land: eine knappe Ressource

Die mit Abstand wichtigste dieser Ressourcen ist das Land, auf dem Ackerbau und Tierhaltung stattfinden. Die Produktion von Lebensmitteln und weiteren Agrarrohstoffen steht dabei allerdings in Konkurrenz mit anderen Formen der möglichen Landnutzung, z.B. der Nutzung als Wirtschaftswald oder als Siedlungsfläche. Auch Flächen, die nicht im herkömmlichen Sinne zur Bereitstellung von Lebensmitteln, Holz oder Wohnraum „genutzt“ werden, erfüllen wichtige Funktionen: Moore etwa sind die wertvollsten Kohlenstoffspeicher der Welt, Brachen oder Blühstreifen dienen Insekten und anderen Lebewesen als Lebensraum. Wichtig ist: Viele dieser Funktionen schließen sich gegenseitig aus: Im Wald wächst kein Weizen. Umgekehrt speichert selbst das am nachhaltigsten bewirtschaftete Getreidefeld um ein Vielfaches weniger Kohlenstoff als ein Moor, ein Wald oder auch eine Weide.

In einigen Fällen kann eine bestimmte Fläche Nahrungsmittel bereitstellen und zugleich andere Ziele erfüllen. So kann etwa eine extensiv gehaltene Rinderherde Fleisch und Milch liefern und zugleich ökologisch wertvolle Grünlandflächen durch Beweidung oder Mahd erhalten (mehr zur Bedeutung des Grünlands findest du unter anderem [hier](#)). Oder ein ohne Unkrautvernichtungsmittel bewirtschaftetes Bio-Getreidefeld ökologisch wertvolle Acker-Wildkräuter beherbergen. Wenngleich in diesen beiden Beispielen geringere Getreide- bzw. Fleischerträge und damit ein höherer Flächenanspruch pro Einheit Lebensmittel entgegenstehen.

Generell aber gilt: Die Fläche Österreichs ist nicht vermehrbar. Wir als Gesellschaft entscheiden darüber, welche Funktion sie an welcher Stelle und in welchem Ausmaß erfüllen soll. Auch im weltweiten Zusammenhang weist die Wissenschaft immer wieder auf die Endlichkeit bzw. Knaptheit der Ressource Land hin.

Klimaschutz durch Flächensparen

Wie jedes knappe Gut sollten also auch die vorhandenen nutzbaren Landflächen möglichst effizient genutzt werden. Aus Sicht der Nachhaltigkeit verbietet sich ein verschwenderischer Umgang. Für Österreich kann das zum Beispiel bedeuten, den Parkplatz eines Supermarktes auf dem Dach des Gebäudes zu platzieren, statt ebenerdig daneben. Erstes bringt zwar höhere Baukosten mit sich, spart aber Landfläche. Auf der kann dann weiterhin Getreide oder Wald wachsen. Auch die jährliche Verschwendungen hunderttausender Tonnen von Lebensmitteln allein hierzulande bedeutet in diesem Zusammenhang nichts anderes, als dass mit dem weggeworfenen Brot auch der Ackerboden „im Müll landet“, auf dem das Brot-Getreide gewachsen ist. Bildlich gesprochen. Auch die durchschnittlich zu hohe Kalorienaufnahme der Menschen in Österreich trägt zu einer übermäßigen Inanspruchnahme landwirtschaftlicher Nutzflächen bei. Könnte man die Lebensmittelverschwendungen reduzieren und mehr Menschen zu einer gesunden Ernährungsweise bewegen, dann würden die entsprechenden Agrarflächen dadurch freigeschaufelt – sei es zur Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung oder für den Klima- und Artenschutz. Aber selbst, wenn diese Ziele zu 100 Prozent erreichbar wären (was sie nicht sind), bräuchte es weitere Stellschrauben für den nachhaltigen Umgang mit Land.

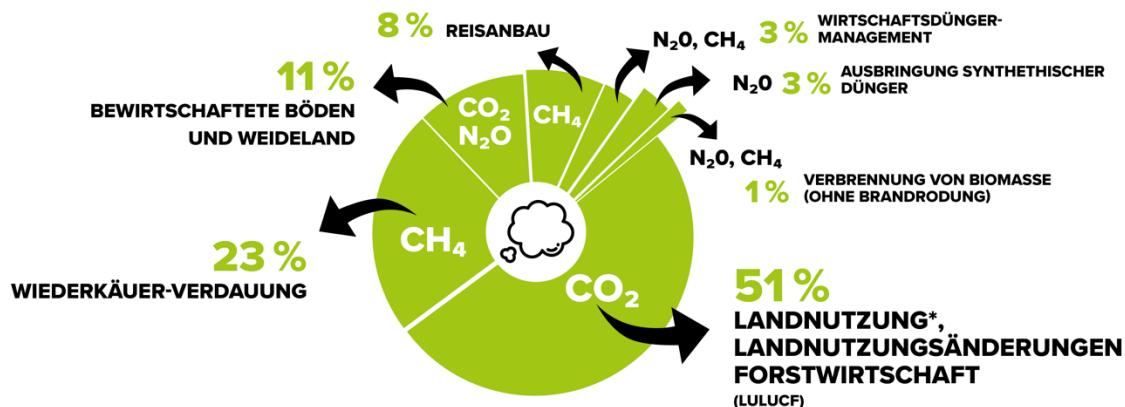
Ein wichtiger Aspekt wird in diesem Zusammenhang häufig außer Acht gelassen: Österreich ist Teil einer durch Handelsbeziehungen global vernetzten Welt. In dieser Welt fließen Lebensmittel von Orten des tendenziellen Überflusses zu Orten des tendenziellen Mangels, bzw. dorthin, wo der beste Preis bezahlt wird. Man kann sich die Ackerflächen der Welt daher wie das Wasser in einem Swimmingpool vorstellen. Egal an welcher Ecke des Pools man es entnimmt oder dazugibt: der Wasserpegel fällt oder steigt stets überall gleich. Will heißen: Jede Tonne Getreide, die wir in Österreich nicht verschwenden, steigert – zumindest theoretisch – die globale Verfügbarkeit. Diese nicht-verschwendete Menge muss somit auch nicht auf einem Feld außerhalb Österreichs angebaut werden. Dasselbe gilt auch für jede Tonne, die wir auf unseren Flächen mittels Ertragssteigerung zusätzlich produzieren. Genauso für jede Tonne an essbarer Biomasse, die wir nicht an Nutztiere verfüttern, sondern direkt für die menschliche Ernährung nutzen können.

Aber was genau hat das Getreide- bzw. Flächensparen nun mit dem Weltklima zu tun? Der Weltklimarat IPCC beantwortet diese Frage unter anderem in seinem jüngsten und Sechsten Sachstandsbericht. Darin macht er deutlich: Das größte Klimaschutspotenzial der globalen Landwirtschaft liegt in einem verringerten Flächenanspruch. Damit verbunden sind der Schutz bzw. die Wiederherstellung von Wäldern und anderen Ökosystemen.

Der Grund: die Produkte landwirtschaftlicher Nutzflächen zu konsumieren, vor allem solcher von Ackerland, heißt im globalen Sinne zwei Dinge: Erstens, die in Folge der wachsenden Weltbevölkerung stattfindende Ausdehnung der Ackerflächen auf Kosten von Naturflächen (Wälder, Savannen, Moore) direkt oder indirekt voranzutreiben. Dabei entweicht der in Bäumen oder Gräsern gespeicherte Kohlenstoff (C) in Form von Kohlenstoffdioxid (CO₂) in die Atmosphäre und trägt so zur Erderwärmung bei. Ebenso ein großer Teil des

Bodenkohlenstoffs, der in Humus oder Bakterien festgelegt ist. Zweitens heißt Ackerfrüchte verbrauchen, Land zu belegen, das andernfalls für die Renaturierung und damit u.a. für die Rückholung von CO₂ aus der Atmosphäre genutzt werden könnte.

LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT: LANDNUTZUNGSÄNDERUNGEN GRÖSSTE EMISSIONSQUELLE (GLOBAL)



Infografik © Land schafft Leben 2023

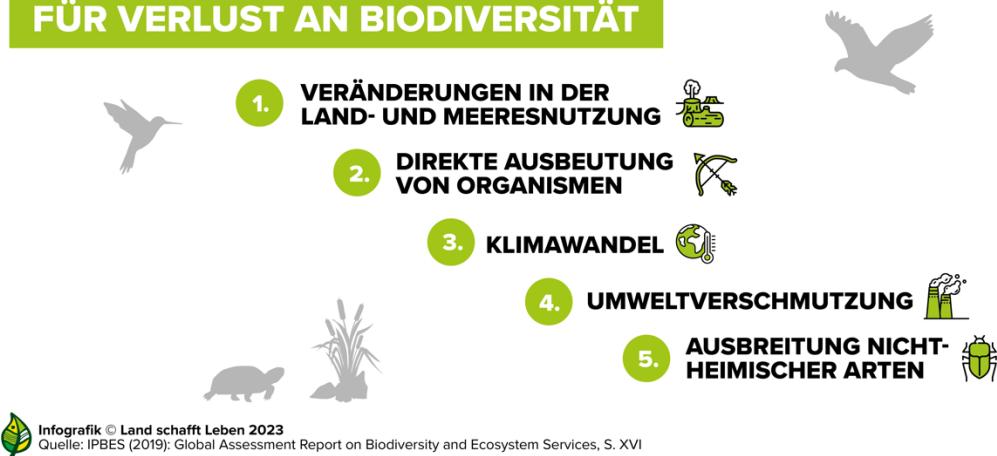
*z. B. Ackerbau auf Moorböden; LULUCF = Land use, Land Use Change and Forestry. Globale Anteile der Treibhausgasquellen inkl. Negativ-Emissionen des IPCC-Sektors Agriculture, Forestry and other land use (AFOLU); Quelle: IPCC (2022): 6. Sachstandsbericht Working Group III: Mitigation of Climate Change, Abbildung 7.3, S. 756

Konkret sollte im Sinne einer klimafreundlichen Landnutzung zunächst die Rodung von Urwäldern und Savannen aufhören. Noch besser wäre es schließlich, einen Teil der bereits bestehenden Agrarflächen zurück in das umzuwandeln, was sie einst waren: Naturflächen. Wenn ein Acker wieder zu Wald wird, dann entnehmen die wachsenden Bäume CO₂ aus der Luft und speichern den enthaltenen Kohlenstoff langfristig in Holz und Blättern. Nachhaltig bewirtschaftete Wälder tun dasselbe, auch wenn es sich dabei streng genommen nicht um Naturflächen handelt. Zudem reichert sich der Boden des Waldes mit kohlenstoffreichem Humus, Bakterien und anderen Lebewesen an, die ihrerseits aus Kohlenstoff aufgebaut sind und ihn speichern. Mehr zur oft unterschätzten Rolle der Landnutzung findest du in unserem [Klima-Report](#).

Dem Flächensparziel steht allerdings eine essenzielle Feststellung entgegen: Wenn die Landwirtschaft mehr Nahrungsmittel produzieren muss, dann hat sie grundsätzlich immer nur zwei Möglichkeiten: den Ertrag auf vorhandener Fläche steigern und/oder mehr Fläche bewirtschaften. Die Crux ist: Obwohl Ertragssteigerungen nach dem Zweiten Weltkrieg zu einer immensen Flächenersparnis geführt haben, dehnt die rasant wachsende Menschheit ihre Ackerflächen noch immer aus – zu Lasten von Naturflächen, des Klimas und der Biodiversität. Solche Landnutzungsänderungen machen den mit Abstand größten landwirtschaftlichen Anteil am Klimawandel aus und generell den größten an den globalen Biodiversitätsverlusten.

LEBENSRAUMVERLUST IST DIE GRÖSSTE BEDROHUNG FÜR GLOBALE BIODIVERSITÄT

DIE 5 WICHTIGSTEN URSAECHEN FÜR VERLUST AN BIODIVERSITÄT



Klar ist also: Durch unseren Lebensmittelkonsum beanspruchen wir Flächen, sei es in Österreich oder in jenen Ländern, aus denen wir Nahrungs- und Futtermittel importieren. Wir hinterlassen einen Flächenfußabdruck. Doch wie groß ist er?

Wie groß ist unser Flächenfußabdruck?

Laut Daten der Weltlandwirtschafts-Organisation FAO machen Agrarflächen bereits fast die Hälfte der bewohnbaren Landoberflächen der Erde aus. Auf diesen wachsen die Pflanzen für die direkte und indirekte menschliche Ernährung (Lebens- und Futtermittel) sowie etwa für die Biosprit-, Baumwoll- oder Hobbytierfutterproduktion heran. Legt man diese gesamte globalen Landwirtschaftsfläche auf alle über 8 Milliarden Menschen um, dann beansprucht jeder davon durchschnittlich 6.000 Quadratmeter (0,6 Hektar), was annähernd der Größe eines Standard-Fußballfeldes entspricht (0,7 Hektar).

Interessant dabei: Dieser Pro-Kopf-Flächenspruch ist heute weniger als halb so groß wie noch in den 1950er Jahren. Grund dafür sind die auch unter dem Stichwort „Grüne Revolution“ bekannte Modernisierung, bzw. Intensivierung der Landwirtschaft sowie die daraus resultierenden höheren Erträge je Hektar. Wenngleich diese Intensivierung in unterschiedlichen Weltgegenden bislang unterschiedlich stark bzw. schnell vollzogen wurde.

Auch in Österreich haben der Einsatz besserer Pflanzensorten, von Landmaschinen sowie synthetischen Dünge- und Pflanzenschutzmitteln nach dem Zweiten Weltkrieg etwa für eine Verdreifachung der Getreideerträge gesorgt. Legt man die hierzulande verfügbare landwirtschaftliche Nutzfläche von derzeit (im Jahr 2022) 2,6 Millionen Hektar auf die Zahl der hier lebenden Menschen um (knapp 9,2 Millionen zum Jahresbeginn 2024), so ergibt sich daraus eine durchschnittliche Fläche von 2.800 Quadratmeter (0,28 Hektar) pro Kopf. Ebenso wie bei globaler Betrachtung ist auch beim Blick auf Österreich zu beachten: Mit

Hilfe dieser Fläche werden nicht nur Lebens- und Futtermittel für die Lebensmittel-Selbstversorgung produziert, sondern auch andere Rohstoffe. Dazu gehören etwa Mais zur Biogas-Produktion oder Raps für die Biospritgewinnung, wobei in letzterem Fall die bei der Produktion anfallenden Reste wieder als Tierfutter dienen. Auch Heu zur Fütterung von Reitpferden oder anderen „Hobbytieren“ kann hierzu gezählt werden. Außerdem wird ein Teil der auf diesen Flächen produzierten Waren exportiert.

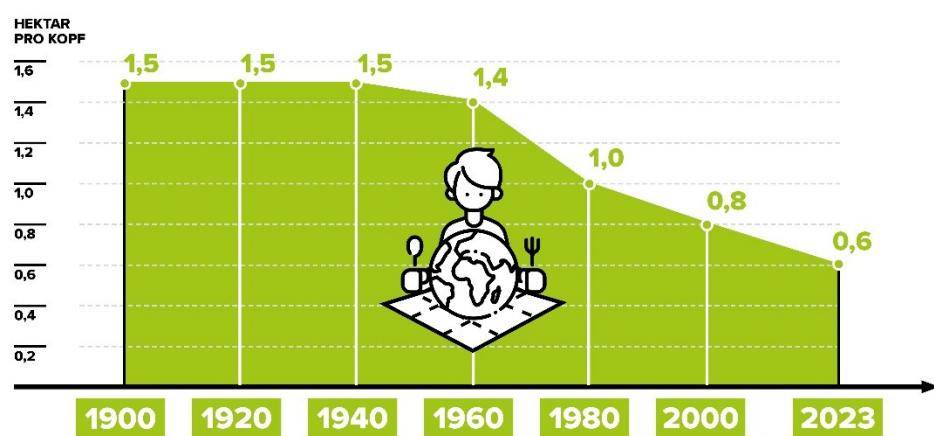
VERWENDUNG VON GETREIDE IN ÖSTERREICH



Infografik © Land schafft Leben 2024
Getreide inkl. Körnermais; Bilanz von 2022/23, Mengenangaben in Tonnen; Quelle: Statistik Austria, statcube.at (2024); Versorgungsbilanz für Getreide, Zugriff: 06/2024; Prozentrechnung inkl. Import- und Exportbilanz; eigene Prozentrechnung; Werte gerundet

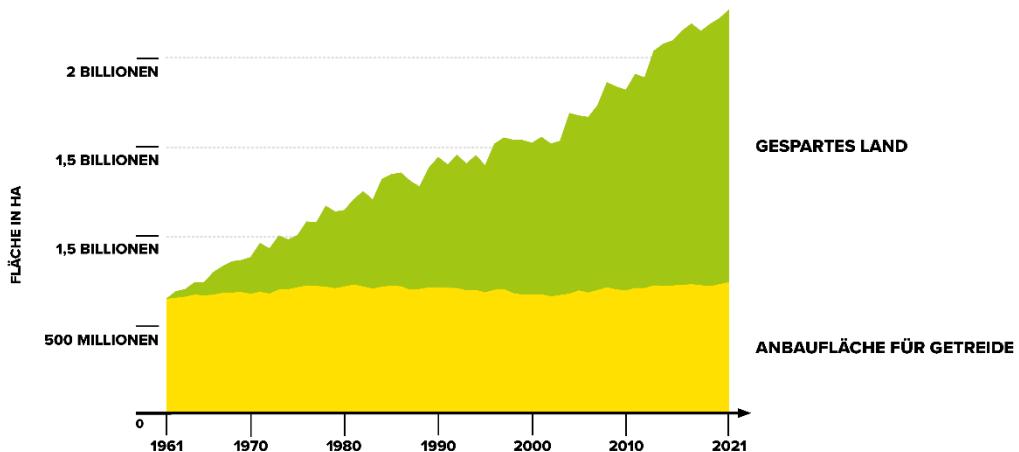
EINZELNER MENSCH BRAUCHT WENIGER LAND

ENTWICKLUNG DES GLOBALEN BEDARFS AN AGRARLAND* PRO KOPF



Infografik © Land schafft Leben 2024
*bestehend aus Ackerflächen (inkl. Dauerkulturen und zeitweiligen Brachen) und Grünland; Quelle: ourworldindata.org (2023); Agricultural land use per person, Zugriff: 04.2024

GOBALE ENTWICKLUNG: WACHSENDE GETREIDEERTRÄGE HABEN LAND GESPART



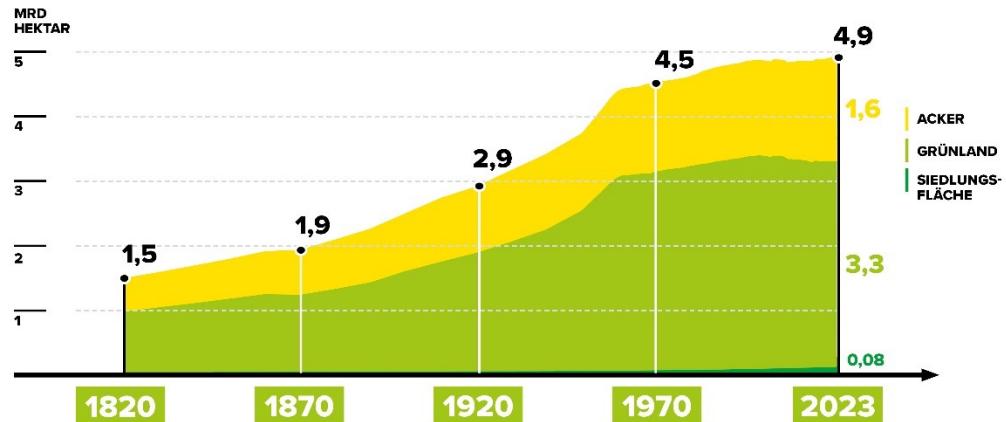
Infografik © Land schafft Leben 2023

Landersparnis berechnet anhand der zusätzlichen Fläche, die zur Weltgetreideproduktion notwendig gewesen wäre, wenn sich die Erträge seit 1961 nicht gesteigert hätten;
Quelle: FAO via ourworldindata.org: Global land spared as a result of cereal yield improvements; abgerufen Juli 2023

Ganz anders als beim Flächenanspruch pro Kopf verläuft die Entwicklungskurve des absoluten Flächenanspruchs der globalen Landwirtschaft: Dieser hat sich zwischen 1950 und 2023 um ungefähr 30 Prozent von rund 3,7 Milliarden Hektar auf 4,8 Milliarden vergrößert. Dies ist auf die erheblich gewachsene Weltbevölkerung sowie den vermehrten Wohlstand zurückzuführen. Beide Aspekte in Kombination haben zu einem Mehrbedarf an Nahrungsmitteln geführt, insbesondere tierischen Ursprungs. Obwohl sich von einem Hektar heute ein Mehrfaches der früheren Menge ernten lässt, dehnt die Menschheit die globalen Ackerflächen noch immer aus, während die Grünlandflächen in den jüngsten 20 Jahren leicht rückläufig sind. Dieses Ausdehnen von Ackerflächen geht zu Lasten des Weltklimas und der Biodiversität, vor allem, wenn sie in den Tropen passiert. Dort speichern natürliche Regenwälder enorm viel Kohlenstoff und ermöglichen zugleich eine besonders üppige Artenvielfalt.

VERDREIFACHTER LANDBEDARF IN ZWEI JAHRHUNDERTEN

VERÄNDERUNGEN DER GLOBALEN LANDNUTZUNG ALS ACKER*, GRÜNLAND UND SIEDLUNGSFLÄCHE**



Infografik © Land schafft Leben 2024
*inkl. Dauerkulturen und zeitweiligen Brachen; **inkl. Infrastruktur (Verkehrswege, Energieanlagen, etc.); Quelle: ourworldindata.org (2023); Land use over the long-term, World, 1820 to 2023, Zugriff: 04.2024

NUTZUNG DER ERDOBERFLÄCHE WELTWEIT

DIE ERDOBERFLÄCHE BESTEHT ZU 71% AUS OZEANEN UND ZU 29% AUS LANDOBERFLÄCHE

LANDOBERFLÄCHE



BEWOHNBARE FLÄCHE



AGRARFLÄCHE



1 %
SIEDLUNGEN
1 %
SÜßWASSER

Infografik © Land schafft Leben 2023
Anteile Agrarflächen für das Jahr 2020; Quellen: FAO und ourworldindata.org (2019); Global land use for food production, abgerufen Juni 2023; eigene Darstellung

Schrumpfende Anbauflächen in Österreich

Im Gegensatz zum globalen Trend ist der Umfang der landwirtschaftlich genutzten Fläche innerhalb Österreichs seit Jahrzehnten rückläufig. Allein die heimische Ackerfläche schrumpfte laut Daten des Umweltbundesamtes (UBA) zwischen 1990 und 2022 um fast die dreieinhalf-fache Fläche des Neusiedler Sees, bzw. rund 109.000 Hektar (7 %). Noch stärker verkleinerte sich die heimische Grünlandfläche. Sie zeigte sich 2022 um 11 Prozent (201.000 Hektar) kleiner als noch 1990. Im selben Zeitraum wuchs die Verkehrs- und Siedlungsfläche um die rund dreieinhalf-fache Fläche des Bodensees oder 197.000 Hektar (55 %). Anzumerken ist, dass sich die Daten des UBA bei Acker- und Grünlandflächen aufgrund

unterschiedlicher Erfassungsregeln von den landwirtschaftlichen Statistiken unterscheiden. An den Trends ändert dies nichts. Mehr zum Thema Verbauung erfährst du übrigens in unserem [Podcast](#) mit der Architektin Caroline Rodlauer.

Im Schnitt der Jahre 2019 bis 2021 gingen durch Umwidmung in Bauland für Wohn- und Gewerbegebiete oder Infrastruktur täglich die Fläche von rund 16 Fußballfeldern (11,3 ha) verloren. Laut Wirtschaftsforschungsinstitut WIFO bedeutet allein der Verlust an heimischem Ackerland über die ersten beiden Jahrzehnte nach der Jahrtausendwende, dass Österreich heute 480.000 Menschen weniger ernähren kann als in einem Vergleichsszenario ohne diese Verluste. Das hat ein WIFO-Team um Katharina Falkner und Franz Sinabell errechnet. Dabei wurde angenommen, dass sich die Konsummuster nicht ändern.

Unterschiedlichen Studien nach ließen sich theoretisch aber auch mit den verbleibenden Flächen alle rund 9 Millionen Menschen in Österreich ernähren. Mit einer Ernährungsweise entsprechend den offiziellen Empfehlungen ließen sich sogar Flächen freisetzen. Vor allem, weil durch den deutlich verringerten Fleischkonsum Ackerfutter- und Grünlandflächen eingespart würden. Diese könnten in einem solchen Szenario für andere Ziele abseits der Lebensmittelversorgung der eigenen Bevölkerung genutzt werden. Sei es für den Natur- oder Klimaschutz, zur Holzproduktion oder auch für die menschliche Ernährung außerhalb Österreichs. Theoretisch bleiben solche Überlegungen bislang u.a. deswegen, weil einer vollkommenen Selbstversorgung in der Praxis mehrere Dinge entgegenwirken. In erster Linie geht es dabei um eine Kombination aus unseren Konsumgewohnheiten und der inländischen Produktion. Salopp formuliert: In Österreich kann man alles essen, aber nicht alles anbauen.

Klima und Einkaufsverhalten bestimmen Flächennutzung

Grob lässt sich sagen: Je kühler, feuchter oder hügeliger es wird, desto eher eignet sich eine Region etwa für die Rinderwirtschaft und damit für die Produktion von Rindfleisch und Milch. Genau dieselben Bedingungen sind aber zum Beispiel für den erwerbsmäßigen Obst- oder Gemüsebau meist viel zu widrig. Das heißt nicht, dass die Produktion von Kohl oder Äpfeln auf 1.000 Meter Seehöhe unmöglich ist – einzelne Betriebe zeigen, dass es unter bestimmten Voraussetzungen gelingen kann – aber für die wirtschaftliche Produktion mit guten und stabilen Erträgen sind zusammenhängende, ebene Flächen, wärmere Temperaturen oder auch die Nähe zu Verarbeitungsbetrieben vorteilhaft. Daher liegen innerhalb Österreichs die Produktionszentren für Gemüse in unmittelbarer Nachbarschaft zu den großen Städten in Tallagen und weiten Ebenen, wie dem Marchfeld. Innerhalb Europas sind sie vor allem im Süden zu finden.

Insgesamt produziert das alpin geprägte Österreich auf seinen Flächen mehr Milch und Rindfleisch als die eigene Bevölkerung verbraucht und importiert umgekehrt grob die Hälfte seines Obst- und Gemüsebedarfs. Dabei kommen besonders hohe Anteile aus Italien und Spanien. Aber auch Deutschland gehört aufgrund seiner Größe und geografischen Nähe zu den wichtigsten Handelspartnern im Lebensmittelbereich. Im übertragenen Sinne exportiert

und importiert Österreich damit auch die Agrarflächen, auf denen die Lebensmittel gedeihen.

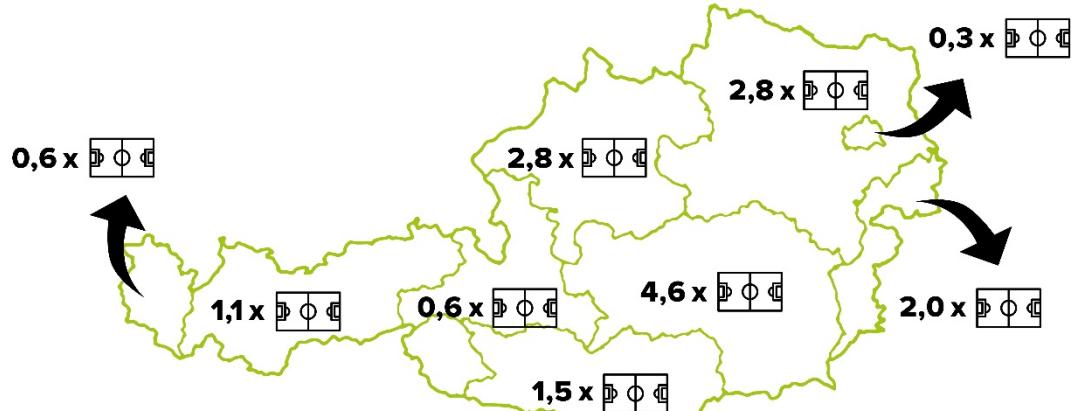
Lebensmittel finden schlussendlich aus der ganzen Welt den Weg nach Österreich. Unser damit verbundener Flächenanspruch im Ausland kann aber auch dazu führen, dass Geld in ärmeren Welt-Regionen fließt und dort die wirtschaftliche Entwicklung fördert. So konnte eine Übersichtsstudie der Uni Göttingen¹ zeigen, dass der vermehrte Anbau von Ölpalmen in Asien zwar erhebliche CO₂-Emissionen und Biodiversitätsverluste mit sich gebracht hat (Stichwort: Regenwaldrodungen). Gleichzeitig führte der Palmöl-Boom aber zu einer Halbierung der Armut in Indonesien, das mit 275 Millionen Einwohnern eines der bevölkerungsreichsten Länder der Erde ist. Schätzungsweise die Hälfte der weltweiten Ölpalmenflächen wird von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern bewirtschaftet. Gleichzeitig stellen Einkommen kein Alleinkriterium dar und müssen im Zusammenhang mit ökologischen Auswirkungen und sozialen Standards betrachtet werden.

Neben den naturräumlichen Voraussetzungen im Inland haben aber auch unsere Ernährungs- und Einkaufsgewohnheiten großen Einfluss auf das Ausmaß der Agrarflächen, die wir außerhalb Österreichs virtuell in Anspruch nehmen. So ist ein Leben ohne Bananen, Kaffee oder Avocados für viele Menschen kaum mehr vorstellbar, obwohl nichts davon in Österreich wächst oder gar überlebensnotwendig wäre. Andere Lebensmittel wachsen zwar hier, liefern aber nur während einer begrenzten Erntesaison frische Ware.

Was uns aber einmal schmeckt, das wollen wir gerne mehr als nur ein paar Wochen lang genießen. Als Gesellschaft schätzen wir die ganzjährige Verfügbarkeit von Lebensmitteln. Und oft ist es auch einfach der Preis, der entscheidet. Bei ausländischer Ware liegt dieser nicht immer nur wegen eines günstigeren Klimas niedriger. Auch laschere Umwelt- und Sozialstandards (etwa für Erntehelfer) ermöglichen geringere Preise an der Supermarktkassa. Aus diesen Gründen kommen Paprika, Tomaten und selbst Marillen häufig aus dem Ausland. Wir haben uns an eine globale Kost gewöhnt, bedenken aber nicht immer deren zum Teil negative Auswirkungen auf Mensch, Tier und Umwelt.

ÖSTERREICH VERBAUT TÄGLICH 16 FUSSBALLFELDER* AN FLÄCHE

GRÖB DIE HÄLFTE DER VERBAUTEN FLÄCHEN WURDE ZULETZT VERSIEGELT**

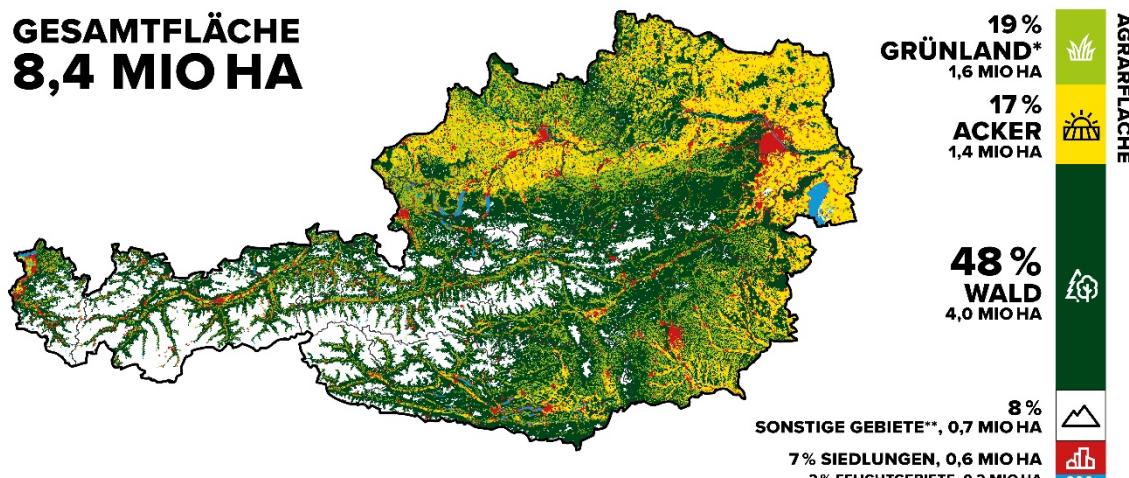


Infografik © Land schafft Leben 2024

*entspricht einer Fläche von 11,3 ha/Tag im 3-Jahresmittelwert 2019–2021; Bundesländer-Zahlen für 2018–2020; **mit Beton, Asphalt oder anderen Materialien wasser- und luftdurchlässig gemacht; nicht versiegelte verbaute Flächen sind etwa Hausgärten, Mülldeponien oder Spielplätze; Quelle: umweltbundesamt.at (2024); Flächeninanspruchnahme 2021. Zugriff: 12.06.2024;

FLÄCHENNUTZUNG IN ÖSTERREICH

**GESAMTFLÄCHE
8,4 MIO HA**

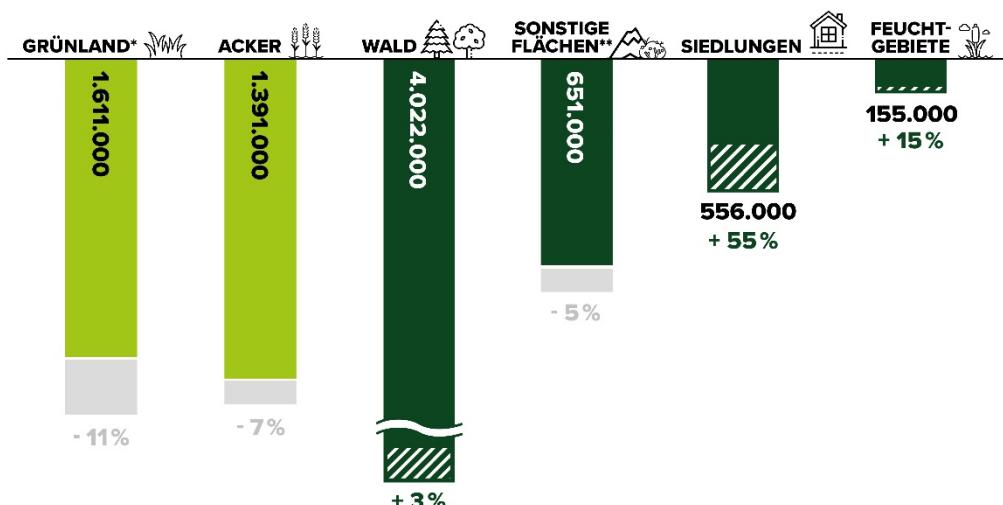


Infografik © Land schafft Leben 2024

*inkl. nicht-landwirtschaftlich genutztem Grünland; **Fels, Geröll, Gletscher u.ä.; Zahlen von 2022, Grünland inkl. rund 200.000 ha in nicht-landwirtschaftlichem Besitz; Quellen: UBA (2024); Austria's National Inventory Report 2024, S. 373 f; Corine Land Cover 2018; modifiziert nach Schäumberger, 2023; Werte gerundet

ÖSTERREICHS AGRARFLÄCHE SCHRUMPFTE

ENTWICKLUNG DER FLÄCHENUTZUNG IN ÖSTERREICH 1990–2022 (FLÄCHE IN HA)



Infografik © Land schafft Leben 2024

*Grünländflächen unterscheiden sich von Zahlen des Grünen Berichts, da dieser ausschließlich Flächen von landw. Betrieben inkludiert; **Fels, Geröll, Gletscher u.ä.; Zahlen für 2022; Quelle: UBA (2024): Austria's National Inventory Report 2024, S. 373 f; eigene Prozentrechnung, Werte gerundet; eigene Darstellung

Auch über den Weg der Tierfütterung beansprucht Österreich Ackerflächen im Ausland. Zwar zeichnet sich die heimische Nutztierhaltung durch einen hohen Grad an Selbstversorgung mit Futtermitteln aus, was auch für das Beispiel Schweinemast gilt. Dennoch lässt sich Schweinefleisch zu den gewohnt günstigen Preisen in der Regel nur dann produzieren, wenn ein Teil der Eiweißkomponente in der Futterration durch Sojaimporte aus Übersee gedeckt wird. Auch dafür braucht es Ackerflächen, die in Nord- oder Südamerika liegen und zusätzlich, etwa in Brasilien, die klimaschädliche Umwandlung von Naturflächen in Ackerland befördern können.

Österreichs Flächenanspruch im Rest der Welt

Wie groß ist der durchschnittliche Flächenanspruch eines in Österreich lebenden Menschen im In- und Ausland? Wie viel Acker- und Grünland beanspruchen wir durch unser tägliches Essen?

Eine Antwort auf diese Frage versucht der „Verein zur Unterstützung des Ernährungsrates Wien“ mit seinem Projekt *Welttellerfeld* zu geben. Im Rahmen des Projekts wird im 22. Wiener Gemeindebezirk eine Fläche bewirtschaftet, die ihrer Größe nach dem durchschnittlichen Konsum an Lebensmitteln eines in Österreich lebenden Menschen entsprechen soll. Dasselbe gilt für die Aufteilung des Areals in unterschiedliche Anbaukulturen und Weidefläche. Die Berechnungsgrundlagen stammen von Martin Bruckner, Senior Scientist an der Wirtschaftsuniversität Wien (WU), der die Zahlen für *Land schafft Leben* auf den neuesten Stand (2020) gebracht hat.

Demnach wird der durchschnittliche Konsum von Lebensmitteln (und anderen Rohstoffen, siehe unten) für eine Person in Österreich auf insgesamt rund 3.200 Quadratmetern (0,32 Hektar) landwirtschaftlicher Fläche produziert. 1.570 Quadratmeter (49 Prozent) davon liegen innerhalb Österreichs, 1.650 Quadratmeter (51 Prozent) außerhalb. Den

Berechnungen zufolge werden außerdem annähernd zwei Drittel der Fläche (63 Prozent) für den Anbau von Futterpflanzen und als Weide genutzt, während das verbleibende Drittel dem Anbau pflanzlicher Lebensmittel dient.

Besonders deutlich wird Österreichs Importabhängigkeit, wenn man gesondert den Bedarf an Ackerland betrachtet: Rund 2.100 Quadratmeter nutzen wir für unsere Ernährung in Österreich pro Kopf, wobei 64 Prozent davon (1.370 Quadratmeter) außerhalb Österreichs liegen und 36 Prozent (770 Quadratmeter) heimische Äcker betreffen. (Anmerkung: Agrarische Rohstoffe, die in Österreich nicht für die Ernährung verwendet werden, sind in dieser Rechnung auch enthalten (z.B. Mais für die Biogasanlage). Nicht aber solche, die in verarbeiteter Form, z. B. als Biodiesel oder Textilien importiert werden.)

Etwas mehr als die Hälfte der „Ackerland-Importe“ kommt aus anderen EU-Ländern (870 m²) nach Österreich, gefolgt von Lateinamerika (140 m²), Asien (110 m²) und Nicht-EU-Europa (100m²). WU-Wissenschaftler Martin Bruckner weiß auch, welche Produkte sie vornehmlich betreffen: „Aus der EU und dem Rest Europas kommen vor allem Getreide und Ölfrüchte wie Raps und Sonnenblumen, die wiederum zum Großteil als Futtermittel eingesetzt werden. Aus Lateinamerika sind es Soja und Kaffee, aus Asien Kokos- und Palmöl.“

Was könnte Österreich tun, um diese Importabhängigkeit zu reduzieren?

„Wer seine persönliche Importabhängigkeit in puncto Ackerflächen verringern möchte, der sollte auf tierische Produkte verzichten, bzw. nur solche konsumieren, die aus einer Produktion mit hohem Anteil an heimischem Futter stammen, z.B. aus der Biolandwirtschaft“, meint Martin Bruckner.

Generell ist wichtig: Acker- und Grünlandflächen sollte man aus mehreren Gründen nicht in einen Topf werfen, da sie sich wesentlich unterscheiden. So taugt ein großer Teil des Grünlands in Österreich nicht zur Verwendung als Acker, weil diese Flächen zu steil sind oder das Klima dort zu rau für einen nachhaltigen Ackerbau ist. Ihre Nutzung zur Fütterung von Wiederkäuern wie dem Rind ist die einzige Möglichkeit, diese Flächen in eine nachhaltige Lebensmittelproduktion zu integrieren und steht nicht in Nahrungskonkurrenz zum Menschen. Im Gegensatz zum Futteranbau auf Äckern, wo jedenfalls zum Teil auch Lebensmittel angebaut werden könnten. Die großflächige Umwandlung von Grün- in Ackerland würde zudem mittels Humusabbau erhebliche Mengen CO₂ in die Atmosphäre freisetzen. Außerdem kann der Erhalt von Grünland auch einen wesentlichen Beitrag zur Förderung von Biodiversität darstellen. Bei der Betrachtung unseres Flächenfußabdrucks lassen sich Grün- und Ackerland daher nicht immer ohne Weiteres vergleichen.

Fazit: Die Landflächen zur Produktion unseres Essens und weiterer Rohstoffe sind begrenzt, sowohl in Österreich als auch global betrachtet. Sie stehen zum Teil im Zielkonflikt mit ihrer potenziellen Nutzung im Klima- und Biodiversitätsschutz. Bewusster Konsum überwiegend pflanzlicher Lebensmittel und tierischer Produkte, bei denen Grünland-Futter im Vordergrund steht, regionale Futtermittel verwendet und Kreisläufe geschlossen werden,

können dabei helfen, den persönlichen Flächenfußabdruck geringer zu halten. Ebenso gehören überlegtes Einkaufsverhalten und die Reduktion von Lebensmittelverschwendungen, aber auch nachhaltige, ertragreiche und effiziente Produktionsmethoden dazu. Mehr zur Bedeutung unterschiedlicher Landnutzungskategorien findest du in unserem Report „[Landwirtschaft, Ernährung und Klima](#)“.

Wo wir einkaufen – und zu welchem Preis

Wie viel geben wir für Lebensmittel aus?

Hinter Essen und Trinken, so alltäglich es auch scheinen mag, steckt viel mehr als die reine Energiezufuhr, um durch den Tag zu kommen. Unser Griff ins Regal beeinflusst neben der eigenen Gesundheit die Haltungsbedingungen von Nutztieren, aber auch die Arbeitsbedingungen von Menschen, die Teil der Wertschöpfungskette eines Lebensmittels sind. Nicht zuletzt gestaltet, was wir zu uns nehmen, unsere Kulturlandschaften und den Lebensraum Österreich mit. Dennoch geben wir nur einen Bruchteil unseres Einkommens für Lebensmittel aus wie Erhebungen von Statistik Austria zeigen. Gerade einmal durchschnittlich zwölf Prozent der gesamten Haushaltsausgaben werden heute für Ernährung und alkoholfreie Getränke aufgewendet. Laut der letzten Konsumerhebung 2019/2020 entspricht dieser Prozentsatz pro Monat und Haushalt mit durchschnittlich 2,2 Bewohnerinnen beziehungsweise Bewohnern einem Betrag von etwa 390 Euro – Ausgaben in Restaurants und außer Haus nicht mitgerechnet.

Diese zwölf Prozent erscheinen verschwindend gering, wenn man sie mit den Ernährungsausgaben im Jahr 1954 vergleicht: Damals machten Lebensmittel noch 45 Prozent der Haushaltsausgaben aus – fast viermal so viel wie heute. In Geld ausgedrückt: Bei den durchschnittlichen Verbrauchsausgaben von 3.250 Euro pro Haushalt im Jahr 2019/2020 wären diese 45 Prozent 1.463 Euro, die man jeden Monat für Essen und Trinken aufwenden müsste.

Dass in der EU heute kaum noch jemand auf solche Summen kommt, liegt nicht nur an der Produktivitätssteigerung in der Landwirtschaft. Auch die bessere Infrastruktur, eine effizientere Logistik und der Wettbewerb im Handel führen zu günstige(re)n Lebensmittelpreisen. Im EU-Vergleich ist Österreich im Jahr 2021 laut den jährlich in der EU erhobenen Eurostat-Daten mit seinen anteilmäßig geringen Lebensmittelausgaben von knapp über zehn Prozent auf Platz drei der Länder mit den geringsten Aufwendungen. Zum Vergleich: In Rumänien betragen die Ausgaben für Lebensmittel 25 Prozent, in Litauen sind es 20 Prozent. Die Ursache dafür liegt vor allem an der geringeren Kaufkraft in diesen Ländern. Der durchschnittliche Haushalt in der EU wendet 14 Prozent seiner Ausgaben für die Ernährung auf. Rund um den Globus findet man auch heute noch Länder mit Ernährungsanteilen, die über 25 Prozent der Haushaltsausgaben betragen. Vor allem auf dem afrikanischen Kontinent und im asiatischen Raum ist es in verschiedenen Regionen Realität, dass Menschen die Hälfte ihrer Ausgaben aufwenden müssen, um Hunger und Durst zu stillen.

Laut der 2019/20 von Statistik Austria durchgeführten Konsumerhebung fallen beim einkommensschwächsten Zehntel der Haushalte rund 22 Prozent seiner gesamten Ausgaben auf Lebensmittel aus dem Supermarkt und den Außer-Haus-Verzehr, während es beim einkommensstärksten Zehntel rund 16,5 Prozent sind. Der Anteil, den Lebensmittel aus dem Supermarkt an den gesamten Ausgaben haben, ist bei den einkommensschwächsten Haushalten fast um die Hälfte höher als bei den einkommensstärksten Haushalten.

Wertmäßig geben erstere monatlich rund 210 Euro im Lebensmitteleinzelhandel aus, bei zweiteren belaufen sich die Ausgaben dort auf rund 290 Euro pro Monat.

Die aktuellsten Daten stammen aus einer Befragung der Bundeswettbewerbsbehörde im September 2023. Hier wurden die monatlichen Ausgaben von 1.000 Personen laut Eigeneinschätzung erhoben. Ihr zufolge gaben die Befragten durchschnittlich je 540 Euro pro Monat für Lebensmittel aus – ein Wert, der allerdings keinen direkten Vergleich mit den Zahlen der Statistik Austria zulässt, da sich die beiden Erhebungsmethoden unterscheiden.

In welchem Zusammenhang stehen Inflation und Preis?

Im Jahr 2023 verteuerten sich Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke um durchschnittlich elf Prozent – damit stiegen die Preise ähnlich stark wie im Jahr davor. Nicht alle Lebensmittelgruppen wurden gleich viel teurer, wie aus einer Veröffentlichung der Statistik Austria hervorgeht: Zucker, Marmelade, Honig, Schokolade und Süßwaren legten am meisten zu. Sie kosteten um rund 13 Prozent mehr als 2022. Für tierische Lebensmittel wie Fleisch, Milch, Käse und Eier musste man 2023 durchschnittlich rund zehn bis elf Prozent mehr bezahlen als noch im Jahr 2022. Gemüse wurde um rund 13 Prozent teurer, während der Preisanstieg bei Obst nur etwa vier Prozent ausmachte, ähnlich wie im Vorjahr. Für Öle und Fette legten die Kosten 2023 lediglich 3,5 Prozent zu – 2022 waren sie um fast 23 Prozent gestiegen, wofür insbesondere der Butterpreis verantwortlich war.

„Die hohen Preise für Butter beispielsweise, die wie alle Öle und Fette auf der Börse global gehandelt wird, werden international festgelegt. Anders bei Kartoffeln, die vorwiegend im Inland erzeugt und konsumiert werden – ihr Preis ist unabhängiger von Bewegungen an der Börse. Die knappe Verfügbarkeit von Sonnenblumenölen und seine Teuerung im Sommer 2022 übertrug sich also auch bei uns auf den Preis für Butter, die ersatzweise eingesetzt wurde. Dennoch sind die Preise von Lebensmitteln nur zu einem kleinen Teil von der Preisentwicklung bei Agrargütern abhängig. Einen Großteil der Teuerung verursachen steigende Kosten bei der Verarbeitung, insbesondere aufgrund der verwendeten Energie.“
– Franz Sinabell, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO).

Petra Lehner, Lebensmittelexpertin bei der Arbeiterkammer Wien, ergänzt weitere Faktoren: „Die teils hohen Teuerungsquoten in Österreich liegen unter anderem am mangelnden Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel, aber auch an der hierzulande hohen Ladendichte.“ Die Marktbeobachtungen der Bundeswettbewerbsbehörde lassen dennoch den Schluss zu, dass trotz nationaler und lokaler Dominanz von vier bis fünf Lebensmitteleinzelhändlern ein intensiver Wettbewerb zwischen diesen herrscht.

Nicht zuletzt beeinflusst die Teuerung bei Konsumentinnen und Konsumenten deren Wahrnehmung von Lebensmitteln und führt zu einem veränderten Einkaufsverhalten. So gaben in einer Umfrage der Lebensmittelrettungs-App „Too Good To Go“ rund 95 Prozent der Befragten an, Preissteigerungen im Lebensmittelbereich am stärksten zu spüren. 89 Prozent äußerten, ihr Einkaufsverhalten verändert zu haben und verstärkt rabattierte Produkte, Handelseigenmarken und Diskontprodukte zu kaufen. Dennoch scheint die

Teuerung einen positiven Einfluss auf die Wahrnehmung des Werts von Lebensmitteln zu haben: Rund 42 Prozent schätzen Lebensmittel mehr als zuvor. Die Hälfte nimmt an, dass dadurch weniger Lebensmittel verschwendet werden.

Verglichen mit dem Vorjahr gingen die eingekauften Lebensmittelmengen im November 2022, als die Teuerungsrate bei Nahrungsmitteln und alkoholfreien Getränken über 15 Prozent betrug, um neun Prozent zurück. Franz Sinabell sieht die Ursache dafür unter anderem in reduzierten Abfallmengen. „Aber auch die erhöhte Nachfrage während Corona könnte für den Rückgang verantwortlich sein. Genaueres wissen wir erst in ein paar Jahren“, so Sinabell.

MONATLICHE AUSGABEN FÜR ERNÄHRUNG UND ALKOHOLFREIE GETRÄNKE

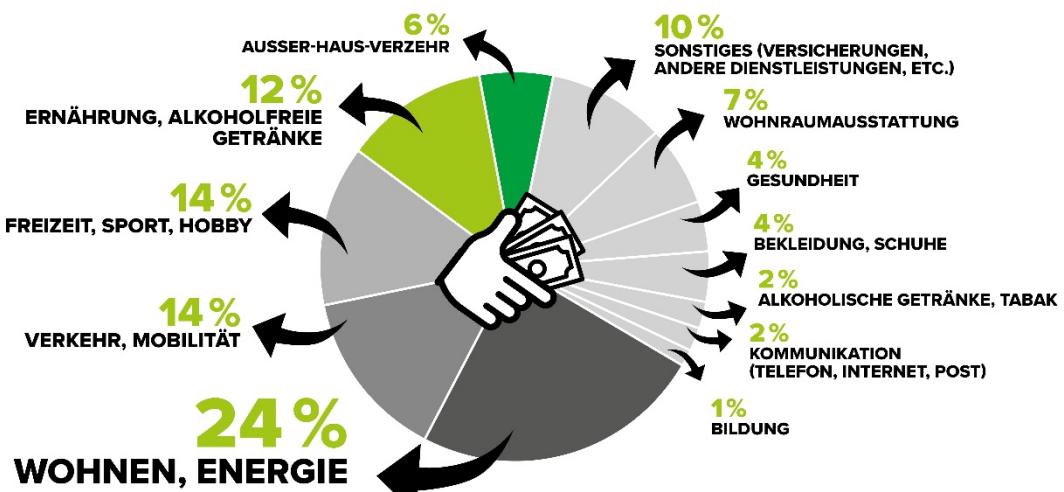


Infografik © Land schafft Leben 2024

Quelle: Statistik Austria, Monatliche Verbrauchs ausgaben 1954 und 2019/20, Ernährung und alkoholfreie Getränke; Werte gerundet

392 EURO MONATLICH FÜR LEBENSMITTEL

ERNÄHRUNG MACHT WENIGER ALS EIN FÜNFTEL DER VERBRAUCHSAUSGABEN AUS



Infografik © Land schafft Leben 2024

Durchschnittliche Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte: monatlich 3.250 Euro; Quelle: Statistik Austria, Konsumerhebung 2019/20; Werte gerundet

SO VIEL GEBEN WIR FÜR ERNÄHRUNG AUS

VERGLEICH NACH ÄQUIVALENZEINKOMMEN*



Infografik © Land schafft Leben 2024

*Das Einkommen, das einem Haushalt unter Berücksichtigung der darin lebenden Personen und ihres Alters durchschnittlich zur Verfügung steht.

Monatliche Verbrauchsausgaben; Quelle: Statistik Austria, Konsumerhebung 2019/2020

Was kostet eine gesunde Ernährung?

Geht man vom durchschnittlichen Haushaltseinkommen aus, ist gesunde Ernährung, wie sie die Österreichische Gesellschaft für Ernährung empfiehlt, für den Großteil der Bevölkerung keine Kostenfrage. Eine gesunde Ernährung liefert ausreichend, aber nicht zu viel Energie, sowie alle lebensnotwendigen Nährstoffe – also Kohlenhydrate, Fette, Eiweiße, Ballaststoffe,

Vitamine, Mineralstoffe und sekundäre Pflanzenstoffe. Da kein einziges Lebensmittel alle lebensnotwendigen Nährstoffe enthält, sollte abwechslungsreich gegessen werden. Sofern diese Lebensmittel aus vergleichsweise günstigen Quellen bezogen werden, können sich die meisten Österreicherinnen und Österreicher in ausreichenden Mengen damit versorgen. Rund 3,7 Prozent der hier lebenden Menschen gelten jedoch als „erheblich materiell depriviert“ – ihr Einkommen ist so gering, dass sie sich wesentliche Güter, unerwartete Ausgaben oder etwa jährliche Urlaube nicht leisten können. Global ist es laut Hanna Richie von „Our World in Data“ knapp 40 Prozent der Bevölkerung nicht möglich, ausreichend und dabei gesund zu essen. So könnten es sich Menschen in der Demokratischen Republik Kongo oder in Nigeria selbst dann nicht leisten, sich entsprechend ihrer Ernährungsempfehlung gesund zu ernähren, wenn sie ihr gesamtes Einkommen für Lebensmittel ausgäben: Gesunde Ernährung würde dort täglich etwa drei US-Dollar kosten, der Durchschnittsverdienst liegt jedoch bei nur etwa einem US-Dollar pro Tag. In Indien, wo man ebenfalls etwa drei US-Dollar aufwenden müsste, würde gesunde Ernährung das gesamte Einkommen eines Tages „verschlingen“. Und in Mexiko oder China müsste man immer noch fast die Hälfte des Tagesverdienstes von unter zehn US-Dollar auf den Tisch legen, wollte man gesund essen und trinken. Während also in großen Teilen der Welt gesunde Ernährung ein Luxus ist, den sich nur der einkommensstärkste Teil der Bevölkerung leisten kann, ist sie in den reichsten Ländern im Überfluss zu leistbaren Preisen verfügbar. In Japan, den USA und europäischen Ländern wie Frankreich, Deutschland und Österreich etwa beträgt das Durchschnittseinkommen ein Vielfaches der Kosten, die eine gesunde Ernährung dort wie da ausmachen würde: Weniger als zehn Prozent des durchschnittlichen Einkommens müsste man laut „Our World in Data“ in vergleichsweise günstige Lebensmittel investieren, um sich gesund zu ernähren.

Wo kaufen wir unsere Lebensmittel?

Sieht man vom Außer-Haus-Verzehr ab, erwerben wir in Österreich wertmäßig mehr als 90 Prozent dessen, was wir essen und trinken, im Lebensmitteleinzelhandel. Er machte 2022 einen Jahresumsatz von knapp 26 Milliarden Euro und damit rund sechs Prozent des Bruttoinlandsprodukts aus. Sieht man sich an, wie sich diese Supermarkteinkäufe hierzulande aufteilen, so entfallen wertmäßig 35 Prozent auf die Handelskette Spar, gefolgt von REWE mit rund 31 Prozent, Hofer mit rund 18 Prozent und Lidl mit rund sieben Prozent. Zum Vergleich: In Deutschland werden 76 Prozent der Lebensmittel in den Top 4 der Lebensmitteleinzelhandelsketten Edeka, Rewe, Schwarz-Gruppe (zu der Lidl zählt) und Aldi eingekauft. Unter zehn Prozent unserer Lebensmittel erwerben wir über alternative Vertriebsquellen wie etwa in der Direktvermarktung und im Fachhandel, zum Beispiel bei Fleischerei- oder Bäckereibetrieben. Laut der Österreichischen Hagelversicherung verfügt Österreich im Europavergleich über die höchste Filialdichte an Supermärkten, nämlich rund 60 Filialen pro 100.000 Personen. Die aktuellen Zahlen zur Verkaufsfläche pro Kopf auf Bezirksebene hat die Bundeswettbewerbsbehörde erhoben: So standen Bewohnerinnen und Bewohnern kleiner, städtisch geprägter Bezirke wie Eisenstadt, St. Pölten und Krems im Jahr 2022 etwa 1,1 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung, während die Bevölkerung in

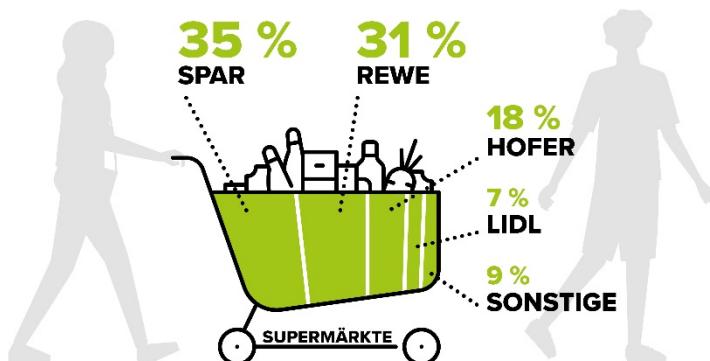
ländlichen Bezirken, die städtische umgeben, lediglich 0,3 Quadratmeter Verkaufsfläche pro Kopf vorhanden.

„Fest steht, dass der Lebensmittelhandel in Österreich einen – auch im gesamteuropäischen Vergleich – sehr hohen Konzentrationsgrad aufweist. Wettbewerbsdruck geht vorwiegend vom wachsenden Diskonthandel aus, der "traditionelle" Lebensmittelhandel hingegen ist hochkonzentriert", stellt der Bericht der Bundeswettbewerbsbehörde im Jahr 2007 fest. Eine Verfestigung dieser Struktur konnte 2023 beobachtet werden: So hatten die Top 4 des Lebensmitteleinzelhandels ihr Filialnetz in der Zeit nach 2007 weiter ausgebaut, während im Jahr 2019 mehr als 200 Nahversorger vermutlich in Folge der Pandemie aus dem Markt ausgetreten waren.

Zeit ist Geld: Die aktuelle Branchenuntersuchung der Bundeswettbehörde 2023 ergab, dass die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung in der Lage ist, innerhalb von zehn Minuten den nächstgelegenen Supermarkt zu erreichen. Für einen um zehn Minuten längeren Weg würden sich die Befragten im Durchschnitt eine Einkaufersparnis von 25 Euro erwarten. Die Bundeswettbewerbsbehörde leitet daraus ab, dass die hohe Filialdichte in Österreich aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten also durchaus wünschenswert ist. Dazu, ihren Lebensmittelhändler für eine Ersparnis von zehn Euro pro Woche zu wechseln, waren über 40 Prozent der Befragten bereit.

RollAMA-Analysen der AMA-Marketing zeigen die Folgen der hohen Konzentration: "Handelsketten sind bestrebt, Marktanteile zu halten oder zu gewinnen und Kunden mit attraktiven Aktionsangeboten und Eigenmarken an sich zu binden. Entsprechend sind Jahr für Jahr steigende Aktionseinkäufe und Handelsmarkenanteile zu beobachten", berichtet Micaela Schantl, Leiterin der Marktforschung der AMA-Marketing.

ÜBER 90 % KAUFEN WIR BEI DEN TOP 4 IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

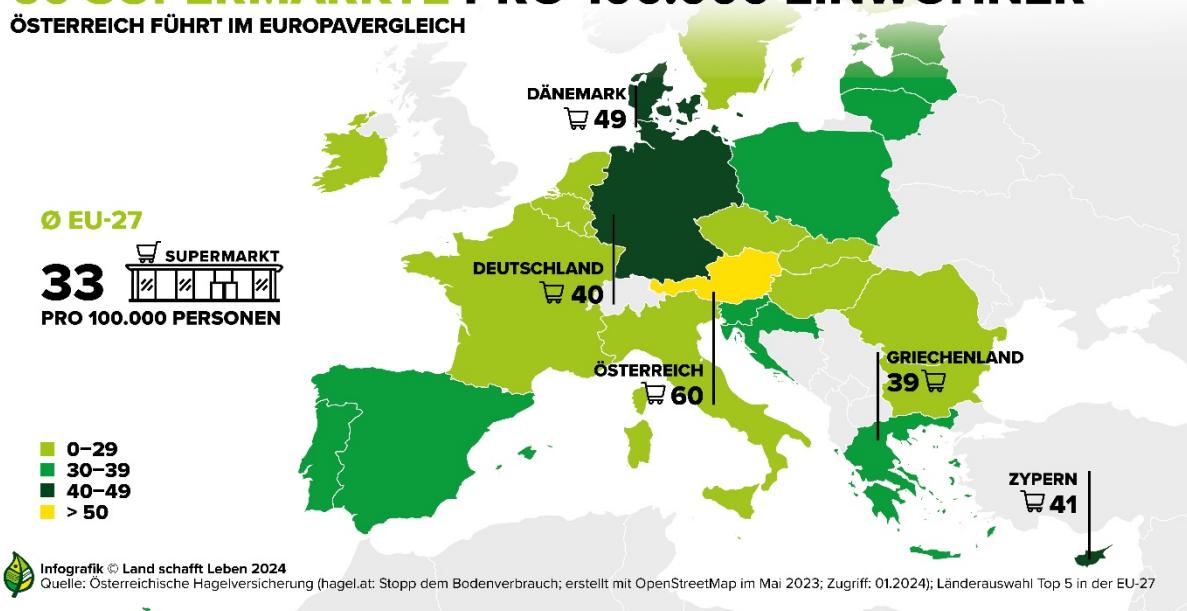


Infografik © Land schafft Leben 2024

Zahlen aus 2022; Quelle: RegioData Research 2023; Werte gerundet

60 SUPERMÄRKTE PRO 100.000 EINWOHNER

ÖSTERREICH FÜHRT IM EUROPÄERGLEICH



Auch wenn der Lebensmitteleinzelhandel als größter Player in der österreichischen Versorgungslandschaft betrachtet werden kann – alternative Vertriebsquellen behaupten ihren Nischenplatz und gewinnen in den vergangenen Jahren an Bedeutung. So boomte ab 2020, geprägt durch Corona und die damit zusammenhängenden Lockdowns, die Direktvermarktung. Sie umfasst Erzeugerinnen und Erzeuger von Lebensmitteln, die ihre eigenen Produkte selbst vermarkten, etwa direkt am Hof oder auf Bauernmärkten. Gesamt finden mehr als acht Prozent der Lebensmitteleinkäufe im Fachhandel, etwa der Fleischhauerei oder Bäckerei aber auch bei Direktvermarkterinnen und Direktvermarktern statt – also außerhalb von Supermärkten und Diskontern. Laut Landwirtschaftskammer verkaufen rund 30.000 Betriebe in Österreich ihre Produkte direkt „ab Hof“. Vor allem Frischmilch, gefolgt von Eiern, wechselte auf Bauernmärkten, in Hof- oder Selbstbedienungsläden und ähnlichen Verkaufsstätten den Besitzer. Kartoffeln, Frischgemüse und -obst sowie Fleisch und Fleischprodukte kaufen wir ebenfalls gerne bei Direktvermarkterinnen und Direktvermarktern.

„Durch Corona und während der Lockdowns hatten die Menschen Zeit und haben den Fokus verstärkt auf eine bewusste Lebensmittelversorgung gelegt – etwa über die Direktvermarktung. Nach Corona sind die Anteile dort wieder zurückgegangen, auch wenn die Direktvermarktung grundsätzlich nach wie vor deutlich im Aufwind ist. Übertroffen wird dieser Trend von der Tendenz, Lebensmittel im klassischen Supermarkt einzukaufen“, so Johannes Mayr, KeyQuest.

Kaufen wir Lebensmittel auch online ein?

Besonderen Aufschwung erlebte der Online-Lebensmitteleinzelhandel während der Coronakrise: So stieg dessen Umsatz in den letzten Jahren um 30 bis 70 Prozent. Fast ein Viertel der Konsumentinnen und Konsumenten gab 2023 bei einer Befragung an,

Lebensmittel auch per Online-Hauszustellung zu kaufen. Besonders Wienerinnen und Wiener nutzen die Online-Angebote des Lebensmitteleinzelhandels häufiger: Rund 67 Prozent von dessen Umsatz werden in der Bundeshauptstadt erwirtschaftet. Der Anteil an Lebensmitteln, die über das World Wide Web in den Korb wandern, ist gemessen am Gesamtumsatz aber von relativ geringer Bedeutung. Er erreichte 2021 nach Zahlen der RollAMA bei allen erfassten Lebensmittelgruppen – also Fleisch, Milchprodukten, Gemüse, Obst, Eiern und Fertiggerichten – zwei Prozent. Die Bundeswettbewerbsbehörde gibt für 2022 einen Umsatzanteil von einem Prozent an.

„Beim Onlineeinkauf von Lebensmitteln gilt: Je haltbarer, je unproblematischer und je weniger kühlbedürftig, desto mehr werden Produkte online gekauft – zum Beispiel Nudeln, aber auch Kisten mit Mineralwasser, die man sich liefern lassen möchte. Je frischer und individueller ein Produkt ist – etwa ein Salathäuptel, dass Konsumentinnen und Konsumenten selbst aussuchen möchten – desto weniger wird es online gekauft“, erläutert Johannes Mayr von Key Quest.

Was ist die RollAMA?

Die Rollierende Agrarmarktanalyse wird im Auftrag der AMA-Marketing durchgeführt. 2.800 repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ausgewählte Haushalte dokumentieren ganzjährig ihre Lebensmitteleinkäufe für den Haushaltkonsum.

„Seit nunmehr 30 Jahren liefert die RollAMA valide Daten zum Einkaufsverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich“, so Micaela Schantl, AMA-Marketing

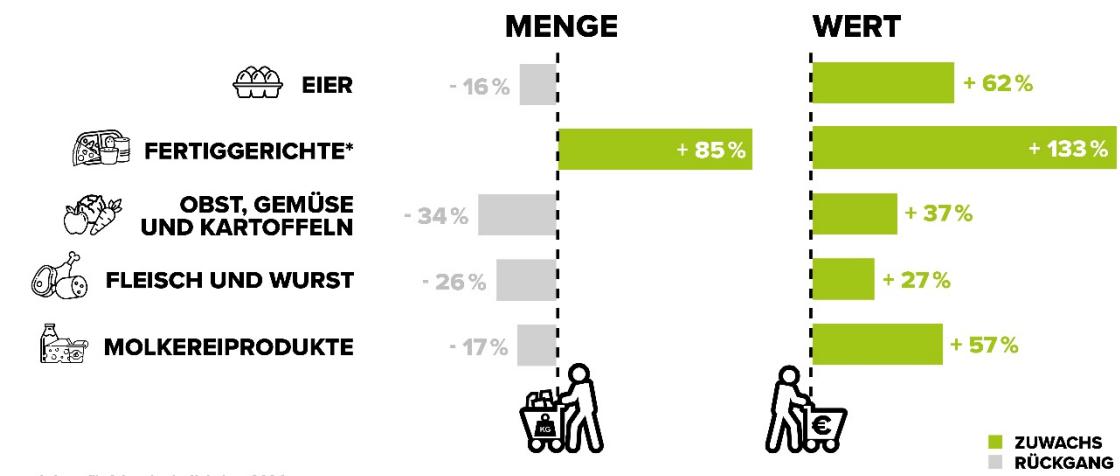
Enthalten sind dabei die Produktgruppen Milch, Milchprodukte, Fleisch, Wurst, Frischobst und Frischgemüse, Kartoffeln, Eier, Tiefkühlobst und -gemüse, Obst- und Gemüsekonserven und Fertiggerichte. Unter Fertiggerichten werden alle bereits zum Verzehr geeigneten oder nur mit wenigen Zutaten zu ergänzenden Gerichte verstanden. Das sind frische Fertiggerichte (gekühlt), Tiefkühlfertiggerichte, Nassfertiggerichte (zum Beispiel Dosengulasch) und Trockenfertiggerichte (zum Beispiel Packerluppen). Seit 2024 veröffentlicht die RollAMA der AMA-Marketing zusätzlich Daten zu den Produktgruppen Brot, Gebäck, Feinbackwaren und Mehl.

Für welche Lebensmittel geben wir in Österreich am meisten aus?

Etwa die Hälfte unserer monatlichen Ausgaben beim Einkauf machen laut RollAMA tierische Lebensmittel aus. Dabei geben wir am meisten für Produkte wie Wurst und Schinken aus, gefolgt von Joghurt und Butter sowie Fleisch. Bei Fleisch, von dem wir in den vergangenen Jahren immer weniger konsumierten, ging vor allem der Verbrauch von Schwein und Rind zurück, während jener von Geflügel und Faschiertem stieg. Auch die verkauften Mengen von Milch und Milchprodukten sind seit einigen Jahren leicht rückläufig. Die andere Hälfte unserer Ausgaben für Lebensmittel machen pflanzliche Produkte wie Obst, Gemüse und Brot oder Gebäck, aber auch Fertiggerichte aus. Besonders bei Letzteren greifen wir im Lebensmitteleinzelhandel seit 20 Jahren vermehrt zu und kaufen 85 Prozent mehr dieser Produkte als noch im Jahr 2003.

GRÖSSTER ZUWACHS BEI FERTIGGERICHTEN

ENTWICKLUNG DER MARKTANTEILE, 2003–2023



Infografik © Land schafft Leben 2024
*alle bereits zum Verzehr geeigneten oder nur mit wenigen Zutaten zu ergänzenden Gerichte: frische Fertiggerichte (gekühlt), Tiefkühl-Fertiggerichte, Nass-Fertiggerichte (z.B. Dosengulasch) und Trocken-Fertiggerichte (z.B. Packerisuppen); Quelle: RollAMA, AMA-Marketing 2023; eigene Berechnung

DIE CONVENIENCE-GRADE FERTIGPRODUKT IST NICHT GLEICH FERTIGPRODUKT



Infografik © Land schafft Leben 2024
Quelle: Elmada & Leitzmann(2019); Ernährung des Menschen

Mahlzeiten sollen uns bei Bedarf fertig zubereitet zur Verfügung stehen – darüber hinaus wollen wir weniger Zeit für Kochen oder die Verarbeitung von Lebensmitteln aufbringen. Diesem aktuellen Zeitgeist entsprechend werden ganz oder teilweise vorverarbeitete Produkte und Speisen nachgefragt. So findet man in urbanen Filialen meist ein breiteres Lebensmittelsortiment mit einem höheren Anteil an Convenience-Produkten. Dazu zählen etwa essfertig zubereitete Salate, aber auch Menüs, die schnell erwärmt werden können oder Fertigpizzen. Für Johannes Mayr ist Convenience in einer sehr weit gefassten Form der vorherrschende Trend: „Vor 25 Jahren ist etwa der Großteil der Wurst noch über die Bedienungstheke gegangen, jetzt wird das meiste in Selbstbedienungs-Verpackungen verkauft. Der Vorteil für Konsumentinnen und Konsumenten ist die längere Haltbarkeit und dass nicht mehr geplant werden muss.“

Pflanzliche Alternativen zu tierischen Produkten

Knapp 100 Millionen Euro stark ist der Markt für pflanzliche Alternativen tierischer Produkte in Österreich: Pflanzendrinks, vegane Wurst und Käse sowie Fleischersatzprodukte sind im Trend – das lässt sich auch am Bericht "Entwicklung des Marktes für pflanzliche Lebensmittel im Einzelhandel" von GFI Europe ablesen. So hat der Umsatz mit pflanzlichen Imitaten tierischer Produkte zwischen 2020 und 2022 um 22 Prozent zugelegt und macht nun 0,5 Prozent des Gesamtumsatzes im Lebensmitteleinzelhandel aus. Mit durchschnittlich etwa elf Euro pro Person und Jahr liegen wir, was die Ausgaben für pflanzliche Alternativen angeht, an achter Stelle der insgesamt 13 untersuchten EU-Länder. Hier führen die Niederlande und Deutschland mit rund 23 Euro, gefolgt von Schweden mit fast 19 Euro pro Person und Jahr.

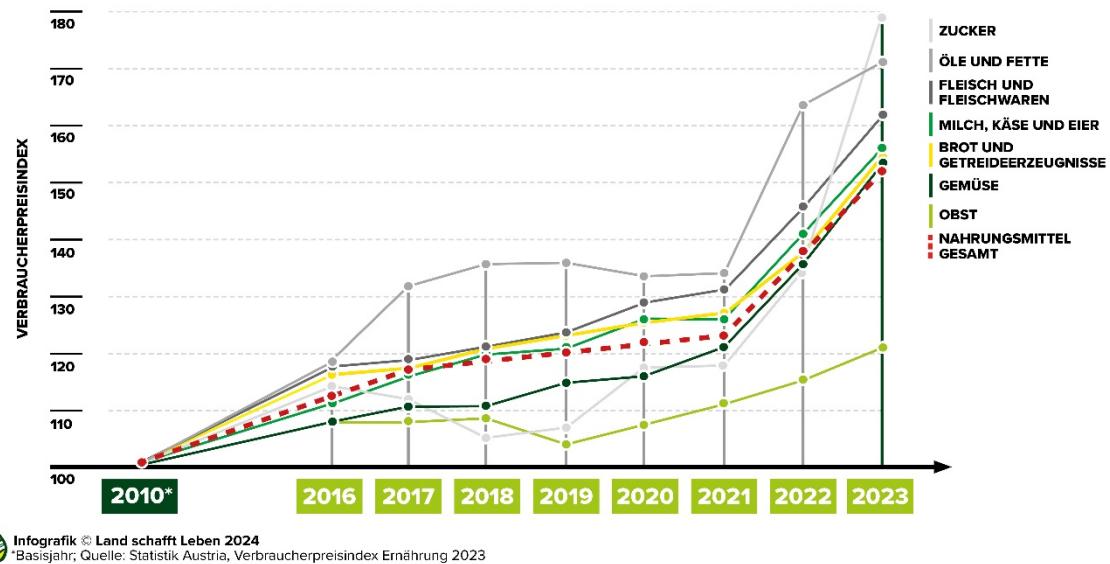
Fast die Hälfte des Gesamtumsatzes pflanzlicher Alternativen machen pflanzliche Milchalternativen aus. Ihr Umsatz stieg zwischen 2021 und 2022 um vier Prozent. Ein Viertel des Umsatzes verbuchen pflanzliche Fleischalternativen, die im Vergleichszeitraum um neun Prozent zulegten. Ein Siebtel entfällt auf pflanzliches Joghurt, das ein Minus von zwei Prozent verbucht.

Gemessen am jeweiligen Marktanteil ergeben sich laut RollAMA für pflanzliche Milchalternativen etwa drei Prozent am Gesamtumsatz von Milch, sowie ein Prozent für Fleischimitate am Gesamtumsatz von Fleisch und Wurstwaren. "Besonders gefragt sind Imitate bei Jüngeren und im urbanen Raum", so Micaela Schantl, AMA-Marketing

Neben der Menge beeinflusst der Preis die Gesamtausgaben für Lebensmittel – diese Preisentwicklung bildet der Verbraucherpreisindex für Ernährung der Statistik Austria ab. Hier wird ein Ausgangsjahr als Basis mit dem Wert 100 für die verschiedenen Lebensmittelkategorien festgelegt. Ausgehend vom Jahr 2010 ist der Preis für Zucker bis April 2023 um knapp 80 Prozent gestiegen. Öle und Fette, darunter auch Butter, wurden im gleichen Zeitraum um knapp 67 Prozent teurer. Die Preise für Lebensmittel in den Kategorien Milch, Milchprodukte und Eier kletterten um 58 Prozent nach oben. Fleisch und Fleischwaren, Brot und Getreideerzeugnisse sowie Gemüse verzeichneten einen fast ebenso hohen Sprung. Lediglich Obst wurde mit knapp 20 Prozent um nur etwa ein Fünftel teurer. Ökonom Franz Sinabell vermutet die Ursache dafür darin, dass Obst nicht im gleichen Maß verarbeitet ist wie andere Lebensmittel. Daraus resultiere ein niedrigerer Energie- und Arbeitsaufwand, der sich schlussendlich in einem geringeren Preis niederschlägt.

Insbesondere in den letzten Jahren kommen bei den Preissteigerungen steigende Kosten für Energie, Rohstoffe und Dünger zum Tragen. „Global gesehen werden Lebensmittel grundsätzlich teurer, ganz einfach, weil sie knapper werden. Die Produktionssteigerungen sind geringer als der zunehmende Verbrauch“, erläutert Franz Sinabell vom WIFO. Krisen wie die Corona-Pandemie oder die Inflation verschärfen diesen Prozess zusätzlich.

ENTWICKLUNG DER LEBENSMITTELPREISE SEIT 2010



Infografik © Land schafft Leben 2024
Basisjahr; Quelle: Statistik Austria, Verbraucherpreisindex Ernährung 2023

Wie setzt sich der Preis zusammen?

Was Lebensmittel kosten, wenn wir sie im Regal vorfinden, bestimmt nicht allein der Handel. Vielmehr kommen auf jeder Stufe der Wertschöpfungskette zahlreiche Faktoren ins Spiel, die schlussendlich den Verbraucherpreis beeinflussen. Dieser unterscheidet sich je nach Lebensmittel stark, was eine genaue Aufschlüsselung des Preises quer über alle Produktgruppen schwierig macht. So benötigt etwa Rohmilch bei der Verarbeitung keine weitere Energie als jene zur Kühlung, während andere Konsummilch zur Haltbarmachung wärmebehandelt werden muss. Auch Mehl durchläuft, vom Transport des Korns in die Mühle bis zu seiner Ankunft im Regal, mehrere Verarbeitungsschritte. Beim Fleisch erzeugen etwa die Haltung, Fütterung und Schlachtung Kosten, während bei Äpfeln oder Kartoffeln zum Beispiel die gekühlte Lagerung den Endpreis beeinflusst.

Aus Handelssicht beeinflussen vier verschiedene Faktoren den Verkaufspreis. Einer davon ist der Einkaufspreis, der rund 50 Prozent des späteren Verkaufspreises ausmacht – die andere Hälfte setzt sich unter anderem aus Kosten für Personal, Filialflächen, Werbung und Gewinn zusammen. Ein weiterer Faktor für den Verkaufspreis ist der Wettbewerb, der in Österreich vergleichsweise hoch ist und sich vor allem zwischen den vier großen Lebensmitteleinzelhandelsketten abspielt. So reagieren Handelketten auf Preisänderungen beim Mitbewerb, indem sie eigene Preise entsprechend anpassen. Eine weitere Rolle spielen psychologische Preisschwellen: So verändern Preissprünge, bei denen etwa ein Produktpreis von 99 Cent auf 1,09 Euro angehoben wird, das Einkaufsverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten stärker als Preissteigerungen innerhalb eines Euros, also etwa von 89 auf 99 Cent. Ein weiterer Faktor, der sich auf den Verkaufspreis auswirkt, ist die „Drehung“ eines Lebensmittels. Sie bezeichnet die Zeit, die zwischen Ein- und Verkauf eines Produktes vergeht. So werden Lebensmittel, die ihr Mindesthaltbarkeitsdatum in Kürze erreichen würden, vergünstigt verkauft.

Auch Mischkalkulationen wirken sich auf den Regalpreis eines Produktes aus. So werden unterschiedliche Gewinnspannen für verschiedene Lebensmittel festgesetzt, um schlussendlich ein über alle Produktgruppen ausgeglichenes Verkaufsergebnis zu erhalten. Niedrige Preise für zum Beispiel Bier oder Grillfleisch sollen dazu führen, dass in Kombination damit Knabbergebäck oder Beilagen gekauft werden. Wie groß die Handelsspanne, also die Differenz zwischen dem Einkaufs- und Verkaufspreis verschiedener Lebensmittel ist, hat die Bundesbewettbewerbsbehörde 2022 erhoben. Am höchsten lag diese bei Brot und Gebäck, nach dessen Auslieferung im gefrorenen Zustand in den Handel noch weitere Verarbeitungsschritte vor Ort notwendig sind.

Franz Sinabell vom WIFO erläutert: „Brot und Semmeln werden mit hohem Energieaufwand vorgebacken und anschließend mit noch höherem Aufwand tiefgefroren und transportiert. Im Handel werden sie erneut mit großem Energieaufwand aufgebacken, damit sie ‚frisch‘ sind – und das kostet natürlich.“ Simon Lindenthaler, Leiter der Unternehmenskommunikation bei Lidl Österreich, begründet diese Vorgehensweise damit, dass Brot und Gebäck so bedarfsgenauer vor Ort ‚produziert‘ werden kann.

Die geringste Handelsspanne zeigte sich bei Frischfisch, Rotem Frischfleisch, Röstbohnenkaffee, Gelben Fetten, Frisch und TK-Geflügel sowie Speiseöl. Gerade bei diesen Lebensmitteln ist die so genannte Preiselastizität jedoch am höchsten – ändert sich hier der Preis, steigt oder sinkt die Nachfrage stark.

Kaufkriterien: Von A wie Aktionen bis T wie Tierwohl

Einkaufen ist Kopfsache: Konsumpsychologie

Worauf legen wir beim Einkauf unsere Aufmerksamkeit und nach welchen Motiven entscheiden wir, wenn wir einen Supermarkt oder ein Produkt auswählen? Mit diesen Fragen und den dahinterliegenden Prozessen befasst sich die Konsumpsychologie. Der Handel macht sich deren Erkenntnisse zu Nutze. Weil wir uns einer Werbung im Durchschnitt nur wenige Sekunden widmen, werden die psychologischen Marketing- und Verkaufsstrategien nicht nur im Rahmen von Werbebotschaften, sondern auch auf die Präsentation der Produkte und das Erlebnis im Geschäft angewendet. Das Ziel ist, Konsumentinnen und Konsumenten mit dem Wissen über ihre Reaktionen auf Reize und ihr Einkaufsverhalten zum Kauf zu bewegen.

Im Gehirn: So beeinflussen Emotionen unser Kaufverhalten

Einen großen Teil unserer Entscheidungen – rund 70 Prozent – treffen wir nicht bewusst, sondern unbewusst, wobei auch die verbleibenden 30 Prozent von verschiedenen Faktoren, wie etwa Emotionen, beeinflusst werden. Schließlich verbraucht Denken Energie, also hat es sich im Laufe der Evolution bezahlt gemacht, so viele Entscheidungen wie möglich unbewusst zu treffen.

„Zahlen zeigen, dass 90 Prozent unserer Entscheidungen von Gefühlen motiviert sind. Genau darauf zielt die Werbung ab. Wir sind folglich kein Homo oeconomicus, wir treffen also nicht immer ökonomische, rationale Entscheidungen.“ – Caroline Schlinter-Maltan, Ernährungswissenschaftlerin und Wirtschaftspsychologin

Beim Einkaufen werden wir unbewusst von kulturellen, sozialen und individuellen Prägungen – wie etwa der Herkunft und unseren Vorlieben – beeinflusst. Zusätzlich steuern biologische Prozesse unsere Kaufentscheidungen. Diese entspringen verschiedenen Emotionssystemen, die Handlungen etwa im Zusammenhang mit dem Bedürfnis nach Dominanz, Stimulanz oder sogar Sexualität bewerten. Wieder andere sind aktiv, wenn uns der Wunsch nach Bindung und Fürsorge antreibt. Welches dieser Systeme die Entscheidungen einer Person steuert, ist individuell – jeder Mensch hat andere Bedürfnisse und fühlt sich von unterschiedlichen Angeboten angesprochen.

Streben wir zum Beispiel nach Sicherheit, Stabilität und Ordnung, greifen wir zu Gesundheits- oder Wellness-Produkten oder suchen im klassischen Diskonter das Gefühl eines einfachen und sicheren, sparsamen Einkaufserlebnisses. Werden wir vom Bedürfnis nach Dominanz angetrieben, trachten wir danach, stärker und besser zu werden: wir kaufen viele Produkte oder Premium-Produkte, die unseren Status bestätigen. Suchen wir nach einem Kauf, der uns stimuliert, wecken zum Beispiel Chips oder ein Joghurt in einer neuen Geschmacksrichtung unser Interesse.

Weil wir mit unserem Geld – besonders mit Bargeld – genauso emotional verbunden sind, trennen wir uns nur ungern davon. Vorher werden unbewusst die Vor- und Nachteile eines Kaufs abgewogen. Dieser soll eines oder bestenfalls mehrere Emotionssysteme im Gehirn

gleichzeitig aktivieren. Haben wir uns entschieden, wird das Glückshormon Dopamin ausgeschüttet: Wir sind zufrieden mit unserer Entscheidung und fühlen uns belohnt. Herstellerinnen und Hersteller oder der Handel müssen also die Motive und Emotionsfelder ihrer Kundinnen und Kunden gezielt ansprechen, um sie zum Kauf zu bewegen. Das tun sie zum Beispiel mit der Verpackung und Präsentation ihrer Produkte. Sie werden emotionalisiert, inszeniert und am Point of Sale im Rahmen eines multisensorischen Erlebnisses angeboten.

Wie Dopamin Impulskäufe belohnt

Dopamin ist ein chemischer Botenstoff, der im Lust- und Belohnungszentrum des Gehirns wirkt. Er treibt uns unter anderem an, Ziele zu suchen, bei deren Erreichen uns eine Belohnung winkt. Wird Dopamin ausgeschüttet, erleben wir das Gefühl von Freude, Genuss und Zufriedenheit. Der Einkauf gehört zu den belohnenden Erfahrungen. Erhalten wir einen Impuls zum Kauf und handeln danach, kann dieser Impulskauf zum Anstieg der Dopaminausschüttung führen. Der anschließende Besitz und Konsum des gekauften Lebensmittels kann die Ausschüttung von Dopamin weiter stimulieren. Somit wird der Impulskauf als positive Erfahrung abgespeichert. In der Folge suchen wir immer wieder nach einem belohnenden Konsumerlebnis.

Rabatte und Sonderangebote machen sich dieses Wissen zu Nutze. Im Vergleich zu regulären Käufen nehmen wir Rabattartikel oder zeitlich begrenzte Angebote als unerwartete Belohnung wahr, deren emotionaler Wert höher liegt als der emotionale Geldwert. Wie urzeitliche Jägerinnen und Jäger regt uns das Gehirn an, sofort auf diese plötzliche Futterquelle zu reagieren, ohne durch Nachdenken wertvolle Zeit zu verlieren. Der Dopaminschub, der früher unser Überleben gesichert hat, führt heute zu Impulskäufen und setzt damals wie heute unsere rationale Urteilsfähigkeit außer Kraft.

„Jeder freut sich, wenn er ‚einen guten Deal‘ gemacht hat – wenn man das Produkt, das man haben möchte, billiger bekommt. Bei Essen ist dieses Schnäppchenjagen nach dem Jäger- und-Sammler-Prinzip natürlich nicht so ausgeprägt wie bei Technik und Produkten, die in der Regel teuer sind und vergleichsweise selten gekauft werden. Bei Lebensmitteln wirkt dann eher etwas wie ‚nimm 3, zahl 2‘.“ – Sandra Holub, Expertin für Konsumpsychologie (FH Wiener Neustadt | Campus Wieselburg)

In der Werbung: Botschaften, genau auf uns zugeschnitten

Modernes Marketing nutzt Erkenntnisse aus der Neurowissenschaft, um seine Zielgruppen über das Auslösen von Emotionen zu erreichen. So nimmt ein hungriger Mensch Werbung für Lebensmittel eher wahr als ein satter – er kauft außerdem mehr. Objekte erkennen wir durch kleinste Reize, wie etwa eine bekannte Markenschokolade an der Farbe Lila. Ist diese im Gedächtnis zum Beispiel mit emotionalen Erfahrungen aus der Kindheit abgespeichert, kann die Erinnerung zu Markentreue führen. Werbung für Rabatte und Aktionen zielt darauf ab, ein dringendes Handlungsbedürfnis und damit Impulskäufe auszulösen. Die Emotion Angst wird aktiv – wir befürchten, etwas zu verpassen, wenn wir nicht auf ein Angebot reagieren und sehen uns im Vorteil, wenn wir es tun. Ein Beispiel dafür sind Angebote für

Schweinefleisch in Aktion, die Konsumentinnen und Konsumenten ins Geschäft locken. Zusätzlich zum rabattierten Fleisch legen sie Bier, Grillbeilagen oder Saucen in den Einkaufswagen.

Korb oder Einkaufswagen? Wir nehmen mehr, wenn wir mehr Platz haben

Die Einkaufswagen in vielen Supermärkten wirken nicht zufällig groß: Ihre Geräumigkeit soll dazu einladen, mehr zu kaufen. Durch den abgeschrägten Boden rutschen die bereits im Wagen befindlichen Produkte nach hinten und aus dem Blickfeld. So kann der Eindruck entstehen, den Wagen befüllen zu müssen und es wird mehr gekauft als ursprünglich geplant. Darüber hinaus wirken einzelne Produkte im großen Einkaufswagen kleiner als im Korb, während Fülle Zufriedenheit erzeugt. Ein zu großer Wagen kann jedoch schwer zu manövrieren sein und Stress erzeugen. Zudem hängt es auch vom Standort und seinen Gegebenheiten ab, wie die Einkaufswagen dimensioniert sind. Aus Sicht des Handels ist es außerdem meist sinnvoller, einen Korb zu verwenden, als ganz auf eine Einkaufshilfe zu verzichten. Schließlich kommt es auch mit einem Korb ausgestattet eher zu Impulskäufen als bei der Einschränkung unserer Tragekapazität auf zwei Hände.

Im Geschäft: Der durchdachte Weg durch den Markt

Der Mensch ist sozusagen ein „Gewohnheitstier“ und entscheidet sich meist für das Bekannte. So soll auch beim Einkauf alles an erwarteter Stelle und eine Orientierung auf den ersten Blick möglich sein. Der Handel bemüht sich deshalb, seine Märkte identisch aufzubauen und ein sofortiges Zurechtfinden zu ermöglichen. Auch bei der Gestaltung wird nichts dem Zufall überlassen – die Kundinnen und Kunden sollen sich wohlfühlen und auskennen.

„Eine ‚one fits all‘-Lösung für Geschäfte gibt es nicht. Ich muss schauen: Was passt zu meinem Standort und zu meinem Sortiment? Wichtig ist, dass der Einkauf so stressfrei wie möglich ist. Dazu muss ich mich vor Ort sofort zurechtfinden können, es muss eine angenehme Atmosphäre herrschen.“ – Cordula Cerha, Wirtschaftsuniversität Wien

Betreten wir einen Supermarkt, verläuft der Weg zur Kassa meist gegen den Uhrzeigersinn – für Rechtshänderinnen und Rechtshänder lässt sich ein Einkaufswagen leichter nach links lenken. Meist befindet sich gleich hier beim Eingang die Abteilung, in der Obst und Gemüse in Kisten, gewöhnlich passend beleuchtet, präsentiert wird. So entsteht ein Eindruck von Natürlichkeit, Frische und Kompetenz, der sich im Idealfall auf das ganze Geschäft überträgt. Schließlich nennen Konsumentinnen und Konsumenten Frische als eines der wichtigsten Kaufkriterien. Der Großteil der Einkaufenden macht hier – in der sogenannten Bremszone – halt, weil wir regelmäßig frisches Obst und Gemüse benötigen.

Eventuell wird schon hier oder einige Meter später der Duft nach frischem Gebäck wahrgenommen: Ein Bereich für frische Backwaren aktiviert den Geruchssinn, der stark mit jenem Gehirnbereich verbunden ist, in dem Emotionen entstehen. So wird die Abluft der Backöfen mitunter in die Verkaufsräume geblasen. Mit mehreren verschiedenen Düften zu arbeiten, ist im Lebensmitteleinzelhandel – wo sich bei einem Disconter durchschnittlich

3.000 Produkte in einem Geschäft finden – jedoch nicht üblich. Der Einsatz von Düften findet sich eher in Spezialitätenläden für zum Beispiel Wein oder Fisch.

Die Beleuchtung ist auch in der „Backzone“ bewusst so gewählt, dass sie die Lebensmittel ideal zur Geltung bringt: Beim Gebäck führt bräunliches Licht dazu, dass wir es als knuspriger wahrnehmen, Fleisch wirkt unter rötlicher Beleuchtung frischer. Liegt ruhige Musik in der Luft, kann diese Konsumentinnen und Konsumenten dazu bringen, entschleunigter einzukaufen. Je länger wir uns im Supermarkt aufhalten, desto mehr Produkte, aber auch Aufsteller und (Sonder-)angebote für Impulskäufe sehen wir, was die Kaufwahrscheinlichkeit steigert. Supermärkte ordnen ihre Ware mitunter im Sinne einer gemeinsamen Verwendung an: Auf Obst und Gemüse folgen haltbare Produkte wie Konserven und Öl. Man findet Cerealien, Kaffee und Tee gemeinsam, genauso wie Fleisch-, Wurst- und Käse sowie – meist in der Nähe des Ausgangs – Schokolade, Wein und Knabbergebäck. Einzig der Bereich für Kühl- und Tiefkühlwaren richtet sich meist nach der Logistik und den baulichen Möglichkeiten des Standortes.

Vor dem Regal: Bequemlichkeit hat ihren Preis

Am besten und schärfsten sehen wir, was wir direkt vor uns haben. Die teuersten, aber auch beliebte Produkte befinden sich deshalb auf Augenhöhe in der Regalmitte. Was hier steht, wird öfter und in größeren Mengen gekauft. Ein Fach darunter liegt ebenfalls die leicht zu erreichende Griffzone. Die sogenannte Streck- und Bückware, für die man seine Komfortzone verlassen muss, setzt sich aus günstigeren Artikeln oder solchen von niedrigerer Qualität zusammen. Sonderangebote haben ihren Platz am Ende der Auslagen oder der Regalstirnseite – hier erwarten uns die Dopaminausschüttung (LINK) und mögliche Impulskäufe.

Um zu den Produkten des täglichen Bedarfs wie Eier und Milch zu gelangen, müssen wir uns weit in den Verkaufsraum hinein bewegen. So verbringen wir mehr Zeit auf dem Weg zu Waren, die wir brauchen und kaufen eventuell zusätzliche Produkte, die wir unterwegs wahrnehmen. Was thematisch zusammenpasst und bedarfsverwandt ist – etwa Salat und Dressing oder Grillgut, Beilagen und Saucen – wird oft in Gruppen gemeinsam präsentiert und regt so zu deren Kauf an.

Im Kassabereich lässt uns die „Quengel- oder Impulszone“ in der Wartezeit ungeduldig werden. Als Gegengewicht zu den beim Warten ausgeschütteten Stresshormonen liegen und stehen hier Kaugummis, Süßigkeiten, Nüsse oder vitaminreiche Snacks und kühle Getränke griffbereit – sie versprechen einen Lustgewinn und wandern gerne zusätzlich in den Einkaufswagen. Benutzen wir eine Selbstbedienungskassa ohne Wartezeit, stellt sich dieser Effekt häufig eher nicht ein.

Im Zusammenhang mit dem Lebensmitteleinkauf von Tricks zu sprechen, die der Handel anwendet, um uns zum Kauf zu verführen, trifft dennoch nicht zu. Vielmehr soll das Gefühl der Zufriedenheit mit dem Einkauf bis nach Hause und darüber hinaus anhalten. Fühlen wir uns zum Kauf verführt oder manipuliert oder bereuen diesen später, kann das Vertrauen zum Markt oder einer Marke untergraben werden. Letzten Endes leben Märkte und Marken

davon, dass Kundinnen und Kunden sich mit ihnen verbunden fühlen, dass dieses Gefühl Kaufentscheidungen fördert und dass wir den Kauf wiederholen.

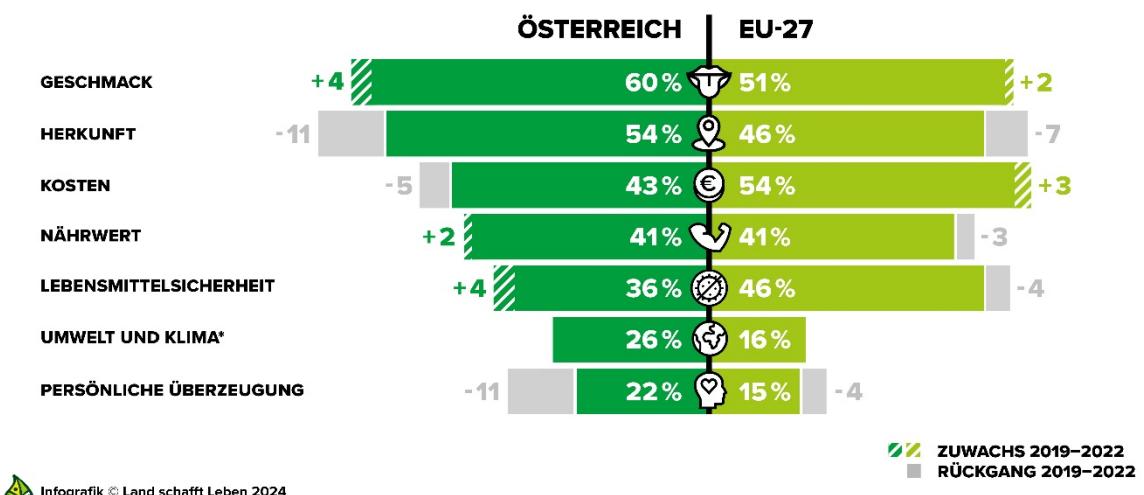
Was ist uns beim Kauf von Lebensmitteln wichtig – und handeln wir danach?

Es sind nicht nur Preise, die unser Konsumverhalten beeinflussen. Welche Faktoren spielen außerdem eine Rolle? Was bringt uns dazu, ein Produkt zu kaufen, das andere aber nicht? Die jeweilige Motivation hinter einer Kaufentscheidung wird in Österreich etwa durch die RollAMA-Motivanalysen erhoben. Die AMA-Marketing führt mit diesem Instrument regelmäßige Befragungen von Teilnehmerinnen und Teilnehmern am RollAMA Haushaltspanel durch. Auch die Europäische Kommission betreibt Marktforschung: Das sogenannte Eurobarometer zum Thema „Lebensmittelsicherheit in der EU“ befragte Anfang 2022 rund 25.000 Bürgerinnen und Bürger in Europa. Das Ergebnis der Befragung erlaubt einen Vergleich, was die Kaufentscheidungen der Menschen in verschiedenen Ländern beeinflusst.

So geben Befragte innerhalb der EU am häufigsten an, dass die Kosten von Lebensmitteln ihre Kaufentscheidung am stärksten beeinflussen. Geschmack und Lebensmittelsicherheit, also die gesundheitliche Unbedenklichkeit von Speisen und Getränken, folgen als Kaufkriterium auf den Plätzen zwei und drei. Die geografische Herkunft findet sich erst an vierter Stelle, wenn es um die Motivation für eine Kaufentscheidung geht. Auf den Nährwert, die Auswirkungen auf Umwelt und Klima sowie ethische Überzeugungen – etwa Tierwohl – achten Lebensmittelkonsumentinnen und -konsumenten in der EU nach eigenen Angaben am wenigsten oft.

In Österreich zeigt sich ein etwas anderes Bild: Befragt man heimische Konsumentinnen und Konsumenten, nennen sie den Geschmack als wichtigstes Kriterium für den Kauf von Lebensmitteln. Die Herkunft ist den Österreicherinnen und Österreichern am zweitwichtigsten. Erst an dritter Stelle wird der Preis als Kriterium genannt. Diese Angaben decken sich zu einem Großteil mit den Ergebnissen der RollAMA-Umfrage von 2020, in der etwa drei Mal so viele Personen wie beim Eurobarometer befragt wurden. Die Lebensmittelsicherheit wird in Österreich weniger oft als Kaufkriterium ins Auge gefasst als in anderen EU-Ländern. Hierzulande wird eher auf Umwelt- und Klimaauswirkungen sowie auf Tierwohl geachtet.

WORAUF WIR BEIM KAUF VON LEBENSMITTELN ACHTEN



„Die Antworten von Konsumentinnen und Konsumenten bei solchen Befragungen sind immer von gewissen sozialen Erwartungen beeinflusst“, ergänzt Johannes Mayr, Geschäftsführer des Marktforschungsunternehmens Keyquest. So werden in Umfragen andere Kaufargumente genannt, als beim Einkauf dann tatsächlich entscheidend sind – wie zum Beispiel der Preis. Dieses als „Consumer Citizen Gap (Bürger*in – Konsument*in – Kluft)“ bezeichnete Phänomen beschreibt Christian Dürnberger, Philosoph und Landwirtschafts-Ethiker an der Veterinärmedizinischen Universität Wien, so: „Befragte geben eher Antworten, von denen sie glauben, sie trafen auf soziale Zustimmung als eine Antwort, bei der sie soziale Ablehnung befürchten. Als Resultat kaufen wir alle manchmal anders ein, als wir in Umfragen oftmals angeben. Als Bürger ist mir Tierwohl eventuell sehr wichtig – als Konsument achte ich dann aber doch vor allem auf den Preis.“ Die durchschnittliche Bürgerin respektive der durchschnittliche Bürger benötigte seiner Meinung nach zugespitzt formuliert zwei Formen der Landwirtschaft: „Eine für's Gemüt und eine für die Geldbörse.“

Ein Drittel der von der Bundeswettbewerbsbehörde 2023 Befragten bezeichnet sich selbst als Spontankäuferinnen und -käufer, die erst in der Filiale entscheiden, was sie kaufen. Christian Dürnberger ergänzt: „Außerdem entscheiden Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf in unterschiedlichen Situationen nach verschiedenen Kriterien. Man sagt beispielsweise: Bei Fleisch ist mir dieses und jenes wichtig, bei Milch das – und wenn es schnell gehen soll, dann ist mir eigentlich alles egal.“ Diese „Wankelmütigkeit“ beobachtet auch Nicole Berkmann, Unternehmens- und Pressesprecherin bei Spar: „Im Sommer, wenn Grillsaison ist, wird fallweise auf den Preis geschaut, oft aber auch überhaupt nicht.“ Anders als von Konsumentinnen und Konsumenten bei Befragungen angegeben, sei letzten Endes der Preis das allesentscheidende Kriterium für den Kauf eines Lebensmittels. Um diesen Consumer Citizen Gap zu verkleinern und zu erreichen, dass Menschen beim Einkaufen zu ihren Werten greifen, muss das soziale Bewusstsein gestärkt und müssen wir uns unserer

gesellschaftlichen Verantwortung, zum Beispiel für Tierwohl, bewusst werden. Platz dafür sei in einer Gesellschaft, in der die Versorgung mit Nahrung gesichert ist, durchaus: „Die Leute sind satt. Und wo Menschen satt sind, bekommen sie Hunger auf andere Werte“, so Philosoph Christian Dürnberger.

Wie Corona den Einkauf beeinflusst hat

Wie Corona die Einkaufsmotivation verändert hat, zeigt ein Vergleich der Antworten aus den Jahren 2019 und 2022, die aus dem Eurobarometer hervorgehen. Während die Relevanz des Preises beim Lebensmitteleinkauf in den Mitgliedsstaaten der EU insgesamt etwas gestiegen ist, ist sie in Österreich gefallen. Der für beide sehr wichtige Faktor Geschmack hat, wenn auch nur leicht, weiter an Bedeutung gewonnen. Die Herkunft ist als Kaufkriterium laut dieser Befragung sowohl in der EU als auch in Österreich vergleichsweise weniger wichtig geworden.

Hier zeichnen die Motivanalysen der RollAMA der AMA-Marketing ein gegenteiliges Bild. Deren Befragungen ergeben, dass etwa ein Drittel während der Corona-Krise mehr Wert auf die längere Haltbarkeit und regionale Herkunft von Produkten legte. "Auch Biologische Lebensmittel erfuhren in dieser Zeit einen Aufwind", analysiert Micaela Schantl, AMA-Marketing die Corona-Effekte. Der Lebensmitteleinzelhandel bestätigt diesen Eindruck und hebt darüber hinaus die gestiegene Bedeutung von Gesundheit hervor. Ihm zufolge hat der Trend zu etwa Obst und Gemüse bereits vor Corona seinen Anfang genommen.

Wann und wo greifen wir zu Aktionen?

Konsumentinnen und Konsumenten reagieren bei den verschiedenen Lebensmittelgruppen unterschiedlich auf Preisänderungen. Ein Effekt, den sich der Handel mit Rabatten und Aktionen wie „2+1 Gratis“ oder Minus-25-Prozent-Pickerln zunutze macht.

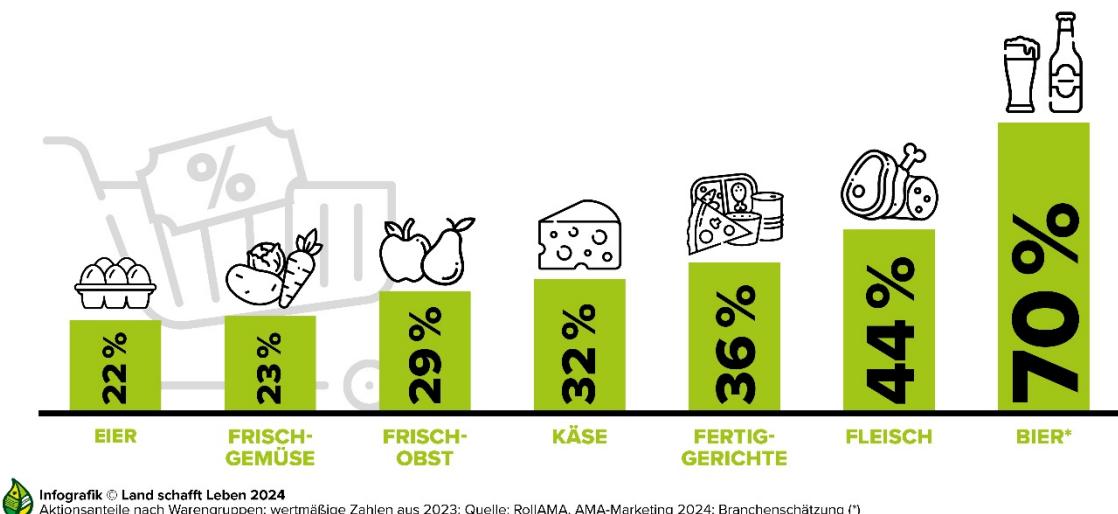
Schließlich sind es neben den rot-weiß-roten Flaggen vor allem reduzierte Preise, die im Supermarkt Aufmerksamkeit auf sich lenken. So ist Österreich mit 30 bis 40 Prozent im Europavergleich eines der Länder mit den größten Rabattanteilen im Lebensmitteleinzelhandel. „Nur in Tschechien ist der Aktionsanteil noch höher“, sagt Paul Pötschacher, Pressesprecher der REWE Group. „Das ist einfach ein gelerntes Tun in Österreich. Es hat auch damit zu tun, dass wir ein Supermarktland sind, während Deutschland ein Diskonterland ist. Dort liegt der Anteil an Aktionen etwa bei 15 Prozent.“ Aber auch in der restlichen EU ist der Anteil an rabattierten Nahrungsmitteln in den vergangenen beiden Jahrzehnten gestiegen. Hierzulande wird rund jeder dritte Euro für ein zeitlich begrenzt vergünstigtes Lebensmittel ausgegeben. Bei Bier, Toilettenpapier und Kaffee – der uns in Form von fair gehandelten Bohnen pro Kopf durchschnittlich 66 Euro im Jahr wert ist – manchmal sogar etwa jeder zweite.

In einer Befragung der Bundeswettbewerbsbehörde 2023 gaben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an, den Kauf von Aktionsprodukten mit positiven Gefühlen zu assoziieren.

Dennoch würden die meisten von ihnen dauerhaft günstige Produkte gegenüber häufigen Aktionen bevorzugen.

Aktionen steigern nicht nur die verkaufte Menge der rabattierten Produkte selbst, sie erhöhen darüber hinaus die Nachfrage nach anderen Lebensmitteln. In 70 Prozent der Fälle findet aufgrund von Aktionsware mindestens ein weiteres Produkt zum regulären Preis seinen Weg in den Einkaufswagen – etwa, wenn zu preislich reduziertem Fleisch noch Beilagen wie Kartoffeln oder bei Bier in Aktion noch Knabberwaren oder Grillfleisch gekauft werden. Der Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel wird gesteigert, während Kundinnen und Kunden laut Untersuchungen der Wirtschaftsuniversität Wien bis zu zwanzig Prozent der Ausgaben bei einem Großeinkauf einsparen.

BEI DIESEN PRODUKTEN GREIFEN WIR BESONDERS HÄUFIG ZUR AKTION



Sieht man sich genauer an, welche Lebensmitteln am häufigsten in Aktion gekauft werden, findet man an erster Stelle Bier und Kaffee, gefolgt von Fleisch und Fertiggerichten – Lebensmittel, die auch besonders oft rabattiert angeboten werden. „Aktionen setzt man natürlich dort, wo sie von den Kundinnen und Kunden auch entsprechend angenommen werden“, erklärt Simon Lindenthaler, Leiter der Unternehmenskommunikation bei Lidl Österreich. So wird etwa die Hälfte des gekauften Schweinefleischs in Aktion erworben. Erhebungen zeigen, dass frei verfügbare „Rabattmarkerl“, bei denen Kundinnen und Kunden selbst entscheiden, welche Produkte sie günstiger kaufen, am häufigsten auf Fleischwaren und Tiefkühlprodukte geklebt werden. Aber auch höherwertige Öle und Essige sind laut Lebensmitteleinzelhandel klassische Rabattmarkerl-Produkte.

Micaela Schantl, AMA-Marketing, stellt fest: "Junge Konsumentinnen und Konsumenten orientieren sich weniger an Rabattaktionen und weisen ein von Aktionen unabhängigeres Einkaufsverhalten auf: Laut einer Erhebung der RollAMA kaufen sie überdurchschnittlich oft

direkt beim Diskonter und greifen darüber hinaus besonders oft zu Convenience-Produkten.“

Pro und Kontra von Aktionen

„Aktionen dienen unter anderem als Lockmittel, weil Konsumentinnen und Konsumenten gerne das Gefühl haben: Ich habe einen guten Deal gemacht und mir wieder etwas gespart. Das löst ein positives Gefühl aus und das ist etwas, das ich als Händler erreichen will“, betont Nicole Berkmann, SPAR.

Warum der LEH im konkreten Fall Aktionen setzt, kann verschiedene Gründe haben. Nicht immer steht eine erhöhte Frequentierung der Filialen und eine damit einhergehende Umsatzsteigerung im Vordergrund. So kann mit einer Aktion auch die Überproduktion einer bestimmten Warengruppe oder bestimmter Produkte abgesetzt werden – etwa, wenn Gemüse Saison hat. „Im Idealfall werden Aktionen gefahren, wenn Produktionsspitzen vorausgesehen werden“, so Josef Peck von LGV-Sonnengemüse.

Ein weiteres Beispiel für Aktionen zur Absetzung von Überschüssen sind Fleischrabatte nach dem Jahreswechsel. Sie entstehen, weil in der Weihnachtszeit die Nachfrage nach Edelteilen wie Filet und damit die Anzahl der eingestallten Masttiere steigt. Da bei der Fleischproduktion nicht nur Edelteile anfallen, kommt es zu einem Überangebot an Nebenprodukten, die im Jänner im Rahmen von Aktionen abgesetzt werden. Hier stehen einander die erhöhte Nachfrage auf einer Seite – auch, weil jedes Produkt jederzeit in der gewünschten Menge verfügbar sein soll – und der Versuch der Vermeidung von Lebensmittelverschwendungen auf der anderen Seite gegenüber.

In Mischkalkulationen wird ermittelt, welche Preisrabatte im Handel gesetzt werden können, im Rahmen derer Produkte mit unterschiedlichen Gewinnspannen einander „tragen“. So können Produktinnovationen, also neue Produkte, wie etwa Joghurt in einer neuen Geschmacksrichtung, durch Aktionen „Starthilfe“ erhalten. Aktionen dienen auch dazu, die Lager vereinzelter Filialen, in denen große Mengen einer bestimmten Warengruppe vorhanden sind, zu leeren.

Preisnachlässe – wie etwa auf Bier, um gezielt große Mengen abzusetzen – lassen zwar den Gewinn beim einzelnen Produkt sinken, dennoch können die Herstellerin oder der Hersteller in Summe profitieren, wenn die Kosten gedeckt sind und die Marke gestärkt wird. Im Idealfall sind Aktionen wie diese vorab zwischen den Vertragsparteien, also Handel und produzierender Betrieb, vereinbart worden. Die Aufwendungen für Werbemaßnahmen und alle weiteren bei der Umsetzung einer Rabattaktion entstehenden Kosten können sich individuell auf Lebensmitteleinzelhandel und Herstellerinnen und Hersteller verteilen und von Produkt zu Produkt verschieden sein.

Ein Beispiel beschreibt das Fairness-Büro in seinem Tätigkeitsbericht 2022 so: „Die Handelskette legt dem Lieferanten eine Vereinbarung vor, die Jahresrabatte, die Teilnahme an –25-Prozent-Wochenendaktionen und/oder die Abrechnungen für –25-Prozent-Pickerl beinhaltet.“ Die Erstanlaufstelle für Beschwerden betreffend unlautere Handelspraktiken im Zusammenhang mit dem Verkauf von Agrar- und Lebensmittelerzeugnissen ortet hier fallweise kaum Mitspracherecht für Lieferantinnen und Lieferanten. Produzierende Betriebe weisen darauf hin, dass Konsumentinnen und Konsumenten möglicherweise nicht immer klar sei, dass erstere die Kosten für Rabattaktionen ganz oder teilweise selbst zu tragen haben.

Negative Auswirkungen haben Aktionen laut Franz Sinabell vom WIFO, was das Thema Tierwohl betrifft. „Wenn sich die Preisdifferenz zwischen regulärer Ware – darunter auch Tierwohlprodukte – und Aktionsware vergrößert, wird das teurere Produkt weniger oft gekauft“, erläutert Sinabell. Andreas Lidauer von Hofer beschreibt die Diskrepanz so: „Es ist eine Herausforderung, einerseits günstige Preise anzubieten und andererseits auch dem Regionalitäts- und Nachhaltigkeitsgedanken zu genügen. Deshalb gibt es bei Hofer ein breites Sortiment für unterschiedliche Kundenbedürfnisse: von Bio über Tierwohl und regionale Artikel bis hin zu konventioneller Fleisch- und Wurstware – je nach Belieben und verfügbarem Budget überlassen wir unseren Kundinnen und Kunden die Wahl. Wir stellen jedenfalls einen klaren Trend in Richtung höhere Nachfrage bei Bio- und Tierwohl-Artikeln fest.“

Erzeugerinnen und Erzeuger von besonders niedrigpreisigen Lebensmitteln, die selten und in kleinen Mengen gekauft werden, halten Aktionen bei ihren Produkten „rein wirtschaftlich nicht für sinnvoll. Es wird nicht mehr gekauft, weil man einfach nicht mehr braucht“, wie ein Produzent erläutert.

Wann und wo greifen wir zu Eigenmarken?

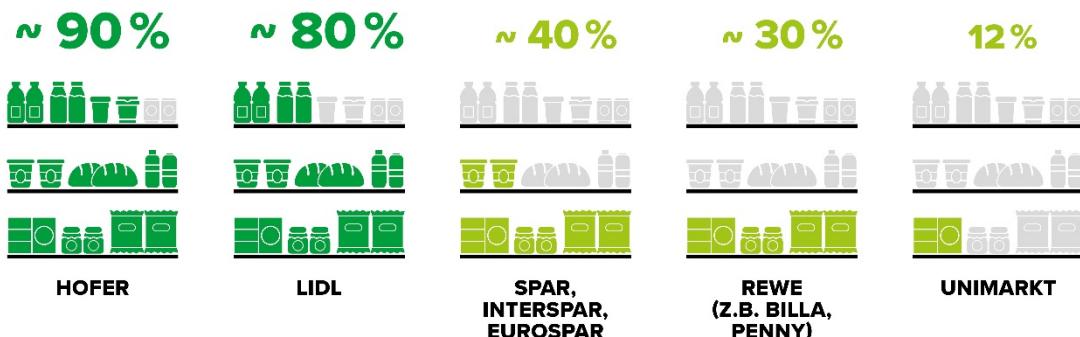
Unter (Handels-)Eigenmarken werden Produkte angeboten, die der Lebensmitteleinzelhandel selbst herstellt oder die von anderen Herstellern für den Handel produziert werden. Es kann sich dabei auch um Lebensmittel von Markenartikelherstellern handeln, die parallel zu ihrer eigenen Produktion für Handelseigenmarken produzieren. Manche Produkte sind als Artikel der Handelseigenmarke kaum vom Markenartikel unterscheidbar. Möglich sind aber auch Variationen von Rezepturen, im Herstellungsprozess, der Verpackung oder der Herkunft und Qualität der Rohstoffe. Nicht alle Produktlinien des Lebensmitteleinzelhandels tragen dem Handel direkt zuordnbare Namen. So produzieren dem Handel zugehörige Hersteller ihre Produkte auch unter eigenständigen Herstellernamen.

Eine Analyse des Marktforschungsunternehmens Nielsen, bei der 17 europäische Länder auf ihren wertmäßigen Anteil an Eigenmarken im Lebensmittelhandel untersucht wurden, zeigte den größten Anteil mit über 50 Prozent in der Schweiz. Deutschland weist einen wertmäßigen Eigenmarkenanteil von über 40 Prozent auf, Österreich liegt mit 35,9 Prozent

unter dem Durchschnitt von 38,1 %. Wie hoch der Anteil an Eigenmarken schlussendlich im Gesamtportfolien ist, unterscheidet sich von Handelskette zu Handelskette.

EIGENMARKEN-ANTEILE AM LEBENSMITTEL-EINZELHANDEL-GESAMTSORTIMENT

DISKONTER
SUPERMÄRKTE



Infografik Land schafft Leben 2024

Anteile aus 2022; Quelle: Cash Handelsmagazin (2024), Lebensmittelhandel & Drogerimärkte Österreichs

Die anteilig größten Mengen an Handelseigenmarken findet man in europäischen Ländern üblicherweise in Diskontern, wie die Gesellschaft für Konsumforschung GfK (Consumer Panel Austria GfK GmbH) zeigt. Eigenmarken in Diskontern sind jedoch nicht die treibende Kraft hinter dem auch von der RollAMA beobachteten und durch Nielsen-Daten bestätigten Zuwachs an Lebensmitteln, die Markenartikeln ähneln, aber als Eigenmarken der jeweiligen Handelsketten in den Regalen zu finden sind – ihr Anteil ist von 2018 bis 2020 sogar leicht gesunken. Vielmehr sind es reguläre Supermärkte, die in den letzten 20 bis 30 Jahren als Reaktion auf den Wettbewerbsdruck der Diskonter bei Handelseigenmarken nachziehen: Dort setzt man neben günstigen Preiseinstiegsprodukten zunehmend auch auf höherpreisige Premiumprodukte, um sämtliche Käufergruppen unabhängig von ihrem Budget für Lebensmitteleinkäufe flächendeckend über Handelseigenmarken ansprechen zu können. Mit dem ausschließlichen Angebot von Eigenmarken könnte der Lebensmitteleinzelhandel – Diskonter ausgenommen – seine Strukturen jedoch nicht aufrechterhalten, wie ein Hersteller angibt.

Von der Bundeswettbewerbsbehörde 2023 nach ihren Motiven für den Griff zu Eigenmarken befragt, berichten die Befragten, die jeweiligen Produkte als qualitativ zumindest gleichwertig mit Markenprodukten wahrzunehmen. Darüber hinaus geben sie an, mit dem Kauf von Handelseigenmarken beim Lebensmitteleinkauf Geld zu sparen. Wie und ob sich die Qualität von Markenartikeln und Eigenmarken unterscheidet, ist Gegenstand heftiger Diskussionen.

Eine anhand von Onlinepreisen durchgeführte Untersuchung der Österreichischen Nationalbank für den Zeitraum Juli 2021 bis Juni 2023 zeigt, dass Eigenmarkenpreise im Schnitt niedriger ausfallen, jedoch häufiger angepasst werden.

Pro und Kontra von Eigenmarken

„Wir führen Eigenmarken, weil wir sehen, dass es in bestimmten Segmenten einen Bedarf gibt und wir schnell auf diesen Bedarf reagieren können. Zum Beispiel mit einer zusätzlichen Eigenmarke, die Bio im Rahmen der geltenden Standards preisattraktiv anbietet.“ – Paul Pötschacher, REWE

Handelseigenmarken bieten dem Lebensmitteleinzelhandel mitunter die Möglichkeit, eine Vielfalt von Produkten schnell zu einem günstigeren Preis herstellen zu lassen. Gespart werden kann zum Beispiel bei der Wahl der Verpackung, der Rezeptur – etwa, wenn Fruchtsaft mit einem geringeren Saftanteil hergestellt wird als der Saft von Markenartikelherstellern – oder der Herkunft der Zutaten. So enthielten von 963 im Rahmen eines Regionalitäts-Checks von „Wirtschaften am Land“ getesteten Butter- und Käseprodukten 40 Prozent nicht nachweislich Milch aus Österreich. So führen unter anderem die Lohnkosten, die bei der Produktion eines Lebensmittels anfallen und in Österreich deutlich höher liegen können, zur Verwendung von nicht-österreichischen Zutaten für die Herstellung von Handelseigenmarken.

„Dass Handelseigenmarken oftmals günstiger angeboten werden als ein ähnliches Produkt eines Markenartikelherstellers, hängt nicht nur mit der Produktion zusammen. Beim Preis eines Markenartikels liegt der Rohstoffkostenanteil bei etwa 30 Prozent, dazu kommen die Kosten für Marketing, Risikoabsicherung, Produktionsanlagen, Vertriebskosten und mehr“, so Nicole Berkmann. „Bei einer Handelseigenmarke beträgt der Anteil des Rohstoffs an den gesamten Kosten bis zu 80 Prozent, weil wir hier als Händler das Marketing mitmachen. Das ist auch der Grund, warum der Preis günstiger Handelseigenmarken-Produkte stärker steigt, wenn sich Rohstoffpreise erhöhen.“ Günter Thumser vom Markenartikelverband hält dagegen, dass Markenartikel, für die Herstellerinnen und Hersteller Entwicklungs-, Risiko- und Lieferkettenkosten zu tragen hätten, die meist billigeren Handelseigenmarken mitfinanzieren würden. Laut Nicole Berkmann liegt die Gewinnspanne bei den Handelseigenmarken oft höher als bei Markenartikeln.

Markenartikelproduzentinnen und -produzenten geben zu bedenken, dass Markenartikel unverhältnismäßig stark von Preiserhöhungen des Handels betroffen sein können. So habe der Handel „die Preise für Eigenmarken während der letzten Energiekrise anteilmäßig fast gar nicht erhöht, während er die Preise bei Markenartikeln überproportional angezogen hat“. Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will stellt die Situation im Handel wie folgt dar: „Bei Eigenmarken-Artikeln aus dem Grundnahrungsmittelbereich fallen steigende Produktionskosten aufgrund der knappen Kalkulation und der niedrigeren Preise naturgemäß stärker aus als bei höherpreisigen Markenartikeln. Der Handel spart schließlich bei den Eigenmarken unter anderem an den Kosten für die Vermarktung, dafür fallen die

teurer gewordenen Rohstoffe prozentuell stärker ins Gewicht. Dazu kommen noch steigende Preise für die Verpackung sowie höhere Energiekosten.“

Wie die Bundeswettbewerbsbehörde in ihrer Branchenuntersuchung 2023 schreibt, könnten durch den Wettbewerb, der zwischen Handelseigenmarken und Herstellermarken entsteht, Anreize für Hersteller geschaffen werden, in neue und verbesserte Produkte zu investieren. Auf der anderen Seite könnte es der hohe Wettbewerbsdruck Herstellern schwer machen, mit ihrem Produkt in den Markt einzusteigen und Investitionen zu tätigen. „Gegenüber den Markenartikelherstellern fungieren Eigenmarken als Instrument zur Steigerung der Verhandlungsmacht, da damit Alternativen zu den Produkten der Markenartikelproduzenten geschaffen werden“, beschreibt der Bericht die aktuelle Situation im Handel. Der Lebensmitteleinzelhandel versucht sich also durch eigene Produkte unabhängiger von nationalen und internationalen Produzenten zu machen und das Ungleichgewicht innerhalb des Machtgefüges weiter zu eigenen Gunsten auszubauen.

Ein Praxisbeispiel des Fairness-Büros veranschaulicht die Thematik, die vor allem in Supermärkten eine Rolle spielt, da Diskonter nur zu einem geringeren Teil Markenartikel anbieten: „Der Handel verlangt von einem Produktionsbetrieb, damit dieser weiter das Markenprodukt liefern darf, einen gewissen Produktionsanteil an Eigenmarkenartikeln in gleicher Qualität, aber mit deutlich weniger Gewinnspanne – andernfalls wird auch das Markenprodukt ausgelistet und das Eigenmarkenprodukt anderswo produziert.“ Nicht von dieser Praxis betroffen sind „starke“, also bekannte Marken im Bereich Kaffee, Bier, Energydrinks und Süßwarenartikel, die in Supermärkten wie auch bei Diskontern Teil des von Konsumentinnen und Konsumenten erwarteten Sortiments sind.

Wie die Bundeswettbewerbsbehörde beschreibt, wählt der Handel die Herstellerinnen und Hersteller für Handelseigenmarken in der Regel jährlich auf Basis von Ausschreibungen aus, bei denen der oder die Bestbietende schlussendlich den Produktionsauftrag erhält. Ein Wettbewerb, bei dem für Herstellerinnen und Hersteller mit einem geringeren Produktionsvolumen das Risiko besteht, nicht mithalten zu können. Jene Herstellerinnen und Hersteller, die für Eigenmarken des Handels produzieren, erhalten durch den Produktionsauftrag etwa die Möglichkeit, größere Mengen ihres Produkts abzusetzen als unter alleiniger Verwendung für ihre Markenartikel. Darüber hinaus können sie den Auftrag zur Herstellung von Produkten erhalten, die davor noch nicht aus österreichischer Produktion verfügbar waren.

Das Fairnessbüro gibt zu bedenken, dass Markenprodukte, die jahrelang unter hohen Qualitätsanforderungen aufgebaut wurden, durch günstige Eigenmarkenartikel ersetzt werden und „von heute auf morgen auch im Ausland hergestellt werden können, unter anderem mit kostengünstigeren ausländischen Urprodukten, die teils geringere gesetzliche Arbeits-, Tierhaltungs- und Qualitätsanforderungen aufweisen“. Besonders leicht austauschbar seien die Lieferantinnen und Lieferanten von verarbeiteten Produkten, bei denen der Hersteller nicht angegeben werden muss. So gehe laut Günter Thumser vom Markenartikelverband Österreich der Bezug zu den Lieferantinnen und Lieferanten verloren: „Auf Handelseigenmarken steht teilweise nur mehr „hergestellt für“ und nicht „hergestellt

von“. Ich kann nicht nachvollziehen, wer genau dieses Produkt wo produziert.“ Das mache diese zu einem „anonymen“ Produkt, wie Josef Peck von LGV-Sonnengemüse ergänzt. Er plädiert dafür, das Thema Handelseigenmarken differenziert zu betrachten. Der Handel sei in der Lage, Produkte gut zu vermarkten, während die Auslobung der Region oder der Zulieferbetriebe von Gemüse sich schwierig gestalten, da besonders Letztere eher nicht auf dem Produkt deklariert werden.

Permanent die Produktionsbetriebe zu wechseln sei aber nicht zuletzt auch preislich nicht sinnvoll, betont Nicole Berkmann: „Bei Reis etwa kann es vorkommen, dass eine halbe Schiffsladung einmal dort und einmal da gekauft wird. Wenn ich mir aber bewusst bei einer österreichischen Molkerei ein Joghurt produzieren lasse, warum soll ich hier die Hersteller wechseln?“ Unbestritten ist jedoch, dass Handelseigenmarken vor allem die Sichtbarkeit des Handels erhöhen und ihm die Möglichkeit bieten, sich so von Mitbewerberinnen und Mitbewerbern abzuheben und Kunden stärker an sich zu binden.

Für Günter Thumser ist die Vielfalt der Auswahl Teil unserer Wohlstandsorientierung: „Prinzipiell steht die Marke für Wahlfreiheit. Der Konsument soll sich entscheiden können ‚ich will dieses Markenprodukt‘ oder ‚ich kaufe lieber eine billigere Alternative‘.“ Wofür sich Konsumentinnen und Konsumenten schlussendlich entscheiden, steuert in Folge, was es weiterhin geben wird und wie die Vielfalt der Auswahl in Zukunft aussieht.

Wie viel Konventionell und Bio konsumieren wir?

Landwirtschaft ist so vielfältig wie die Flächen, auf denen sie betrieben wird und die Produkte, die sie herstellt. Der Einfachheit halber unterscheiden wir dennoch meist nur zwischen der konventionellen und der biologischen Wirtschaftsweise. Beide haben gemeinsam, dass sie zu den jeweiligen gesetzlichen Standards produzieren, aber auch darüber hinausgehen können und dies mitunter tun. Die biologische Landwirtschaft ist seit 1993 durch die EU gesetzlich geregelt. Auf diese Weise hergestellte Produkte sind durch das EU-Bio-Siegel gekennzeichnet.

Weltweit werden über 98 Prozent aller Lebensmittel konventionell produziert. Etwa 1,6 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Flächen waren laut dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL im Jahr 2021 biologisch zertifiziert. Hierzulande sind es laut dem Grünen Bericht im Jahr 2022 rund 28 Prozent – der im Green Deal für die gesamte EU bis 2030 angestrebte Zielwert liegt bei 25 Prozent. Österreich befindet sich, bezogen auf den Anteil der landwirtschaftlichen Fläche, in Sachen Bioanbau auf Platz zwei der Weltrangliste. Nur Liechtenstein baut mit 43 Prozent auf einem größeren Anteil seiner landwirtschaftlichen Flächen Bio an. Vergleichsweise hoch ist unser Konsum von Bioprodukten: Mengenmäßig machte er in den letzten beiden Jahren laut RollAMA mehr als zwölf Prozent des Lebensmitteleinkaufs im Supermarkt aus. Damit werden in Österreich etwa 88 Prozent konventionell produzierte Lebensmittel gekauft. "Biolebensmittel sind in Österreich fixer Bestandteil des Sortiments aller Handelsketten und werden stark beworben, entsprechend

resilient zeigt sich die Bionachfrage auch in Krisenzeiten", stellt Micaela Schantl, AMA-Marketing, fest.

Ganz allgemein entspricht unser Bio-Konsum noch nicht dem flächenmäßigen Anbau – ein großer Teil der Erzeugnisse wird also exportiert oder konventionell vermarktet. Für Urs Niggli, langjährige Ikone des internationalen Forschungsinstituts für biologischen Landbau und Leiter der Studie „Stärkung der biologischen Landwirtschaft in Österreich bis 2030“, gibt es insbesondere „durch eine Verbesserung der Zusammenarbeit in der Rohstoffbeschaffung, Verarbeitung und Vermarktung noch ein großes Potential, neue Absatzkanäle zu erschließen und viel mehr Konsumentinnen und Konsumenten von Bio zu überzeugen“. Während die Bio-Produktion EU-weit steigt und der Wunsch nach Bio auch bei Konsumentinnen und Konsumenten tendenziell größer wird, zeigt eine von der Arbeiterkammer durchgeführte Befragung, dass aufgrund der allgemeinen Teuerungen 2022 und fortlaufend bei Lebensmitteln jedoch zuallererst auf biologisch hergestellte Produkte verzichtet wird.

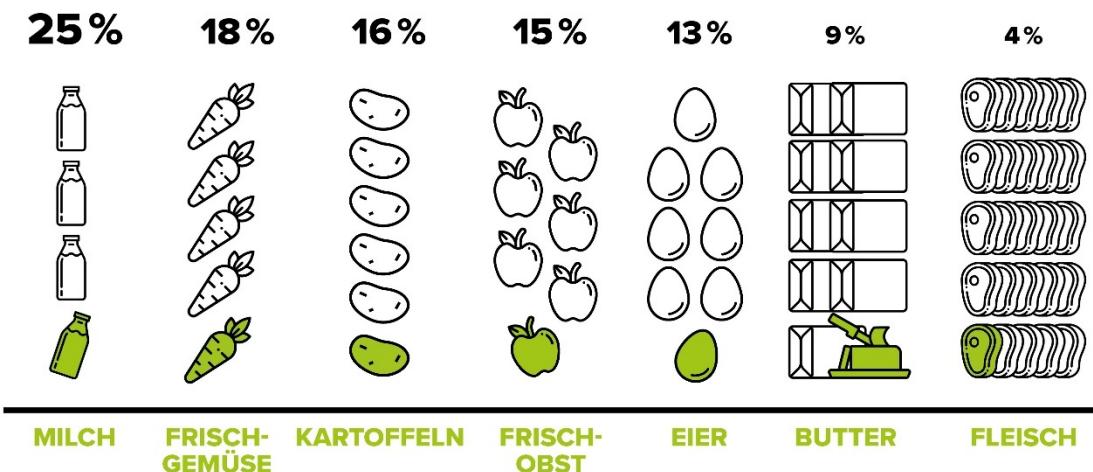
BIO: KONSUM HINKT NOCH HINTERHER



Infografik © Land schafft Leben 2024

Inklusive Import und Export; Quelle: Fläche: Grüner Bericht 2023; Konsum: RollAMA, AMA-Marketing 2022; Werte gerundet

SO HOCH IST DER BIOANTEIL



Infografik © Land schafft Leben 2024

Zahlen aus 2023; mengenmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH in Prozent; Quelle: RollAMA, AMA-Marketing 2024

DIE BEKANNTESTEN BIO-SIEGEL IN ÖSTERREICH

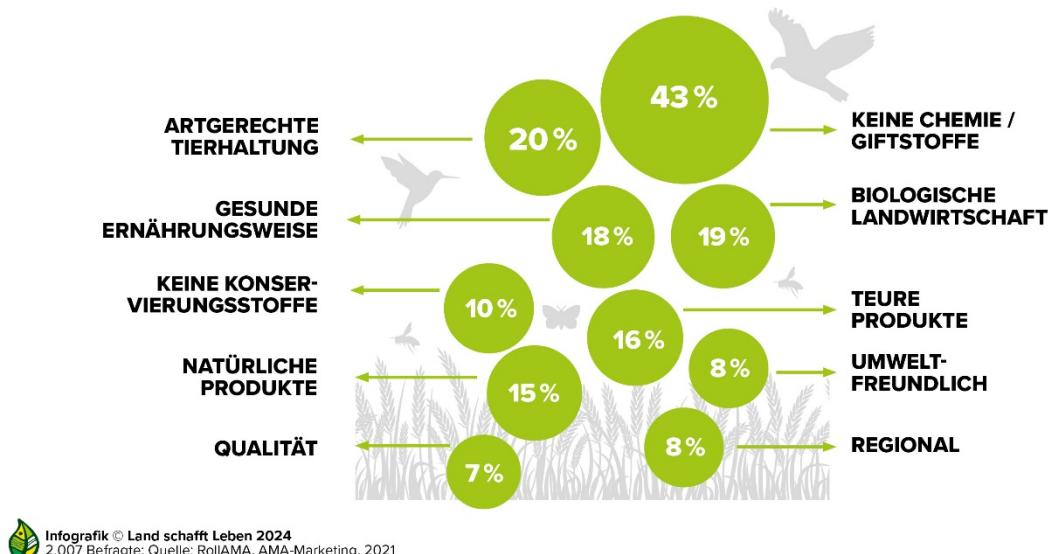


Infografik © Land schafft Leben 2024
eigene Darstellung, Auflistung nicht vollständig

Wenn wir biologische Herstellung wählen, tun wir dies in erster Linie bei Milch und Milchprodukten. So darf etwa jede vierte Packung Milch Bio sein, bei Naturjoghurt mehr als jedes fünfte. Darüber hinaus werden knapp neun Prozent der Butter Bio eingekauft, bei Käse sind es annähernd acht Prozent. Frischgemüse sowie Kartoffeln, die in den Einkaufskorb gelegt werden, kommen zu etwa einem Sechstel aus biologischem Anbau. Frischobst lassen wir uns zu rund 15 Prozent Bio schmecken, außerdem kommt mehr als jedes acht Ei im Einkaufskorb von Bio-Hühnern.

In der Warengruppe Fleisch und Fleischprodukte wird die Luft für Bio dünner: Hier ist die biologische Herkunft seltener ein Kaufargument. Auf die Menge bezogen sind 3,8 Prozent unserer Fleischeinkäufe Bio, bei Wurst und Schinken noch weniger. "Hier spielt vor allem der höhere Preisunterschied zwischen Bio und konventioneller Ware eine Rolle und senkt die Bereitschaft, das Bioprodukt zu wählen", bringt es Micaela Schantl, AMA-Marketing auf den Punkt. Sieht man sich das Bio-Angebot in den Filialen des Lebensmitteleinzelhandels an, handelt es sich beim Großteil der erhältlichen Bioprodukte um Eigenmarken des Handels.

WAS VERSTEHEN WIR UNTER BIO?



Woran Konsumentinnen und Konsumenten denken, wenn sie „Bio“ auf Produkten sehen, hat die RollAMA Motivanalyse im Jahr 2021 abgefragt:

43 Prozent der befragten Personen kommt zuerst der Verzicht auf „Chemie, Spritzmittel, Giftstoffe und Kunstdünger“ in den Sinn. Tatsächlich verzichtet der Biolandbau auf chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel. Erlaubt sind rund 30 verschiedene Pestizidwirkstoffe „natürlichen“ Ursprungs, wie etwa das Schwermetall Kupfer. Im Jahr 2022 war in Österreich knapp die Hälfte der verkauften Pflanzenwirkstoffe auch für die biologische Produktion zugelassen. Nicht-chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel werden aber auch immer mehr in der konventionellen Landwirtschaft eingesetzt.

Ein Fünftel von 100 Personen denkt bei Bio an eine artgerechte Tierhaltung. Grundsätzlich hat Bio den Anspruch, Nutzieren mehr Platz, Luft und Licht zu gewähren und in der Regel ist ein Auslauf verpflichtend.

18 Prozent der Befragten fällt zu Bio eine gesunde Ernährungsweise ein. Eindeutige positive Auswirkungen biologischer Ernährung auf die Gesundheit konnten bisher nicht nachgewiesen werden – Studien deuten jedoch darauf hin, dass tierische Bio-Lebensmittel tendenziell mehr vorteilhafte ungesättigte Fettsäuren wie Omega-3-Fettsäuren enthalten als konventionelle Produkte. Bei pflanzlichen Bio-Lebensmitteln sind tendenziell bestimmte, für

die Gesundheit förderliche, sekundäre Pflanzenstoffe sowie Mikronährstoffe in leicht höherer Konzentration nachweisbar.

Der Gedanke an teure Produkte kommt 16 Prozent der zu Bio Befragten in den Sinn. Die Ursache für den im Normalfall höheren Preis biologischer Lebensmittel sind der geringere Ertrag einerseits – Bio-Kartoffeln etwa bringen auf gleicher Fläche etwa die Hälfte der konventionellen Ertragsmenge – und der höhere Produktionsaufwand andererseits. So ist zum Beispiel ein Bio-Schweinestall mit verpflichtendem Wühlmaterial ausgestattet während Bio-Masthühner einer langsamer wachsenden Rasse angehören, die mehr Futter benötigt, um Fleisch anzusetzen. Darüber hinaus ist bei der Verarbeitung von Bio-Produkten ein reduziertes Angebot an Zusatzstoffen zugelassen, was den Verarbeitungsaufwand erhöhen kann.

"27 Prozent der Befragten ist der Wunsch, sich gesund zu ernähren, bei weitem der Hauptgrund für ihre Entscheidung, Bio zu kaufen. Mehr als die Hälfte der Befragten gab an, dass die gesunde Ernährungsweise ihr Interesse an Bioprodukten überhaupt erst geweckt oder zumindest verstärkt hat. Fast ebenso viele nennen ihre persönliche Einstellung zu Nachhaltigkeit, Tier- und Umweltschutz als Grund für ein gesteigertes Interesse an Bio-Produkten", fasst Micaela Schantl, AMA-Marketing, die Ergebnisse der Studie zusammen.

Was ist Tierwohl – und wie viel davon konsumieren wir?

„Tierwohl ist ein schwieriges Thema, vor allem in der Erfassung. Das ist nicht wie bei Bio, wo der Begriff gesetzlich klar definiert und dem Produkt eindeutig zuordenbar ist“, erläutert Johannes Mayr von KeyQuest Marktforschung. Fast jede Handelskette führt eine eigene Tierwohlmarke mit eigens definierten Richtlinien oder bietet (oft auch zusätzlich) Produkte an, die Gütesiegel von Tierschutzorganisationen oder Verbänden tragen. Sie alle verbindet, dass die dahinterliegenden Haltungsbedingungen über die Mindestvorgaben der österreichischen Tierhaltungsverordnung sowie das Tierschutzgesetz, die beispielsweise Mindeststandards bezüglich Besatzdichten und Eingriffen regeln, hinausgehen. In welcher speziellen Ausprägung das Tierwohl pro Produkt oder Produktlinie definiert ist, unterscheidet sich jedoch stark. Es können etwa Regulierungen zum Platz, zum Futter oder zum Weidegang getroffen werden, um einem bestimmten Tierwohl-Label zu entsprechen. Um die Bedeutung von Tierwohl zu erfassen, stützt sich die Marktforschung deshalb meist auf die Aussagen von Konsumentinnen und Konsumenten. Für diese hat Tierwohl in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen.

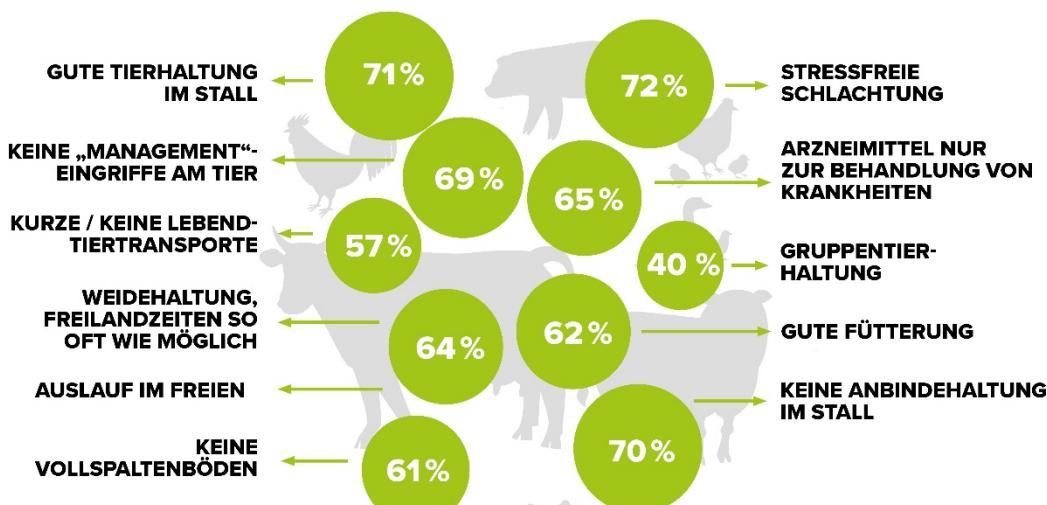
Wo fängt Tierwohl an?

„Beim Tierschutz – in ethischer Perspektive – geht es unter anderem darum, die Gesundheit eines Lebewesens zu erhalten und Leid zu vermeiden. Tierwohl geht üblicherweise einen Schritt weiter und spricht dem Tier auch das Recht auf ein gutes Leben zu. Es soll also auch beispielsweise sein Sozialverhalten sowie seine Bedürfnisse, auch die emotionalen, ausleben können. Was das konkret für die landwirtschaftliche Praxis heißt, also ab wie viel Platz und wie viel Auslauf Tierwohl beginnt, ist nicht so leicht zu definieren und mit einigen

Zielkonflikten konfrontiert. Ein Beispiel: Als Konsumentin und Konsument befürwortet man üblicherweise einen ganzjährigen Auslauf im Sinne des Tierwohls – als Nachbarin oder Nachbar sieht man das vielleicht anders.“ – Christian Dürnberger, Philosoph und Ethiker an der Veterinärmedizinischen Universität Wien

Welche Erwartungen stellen Konsumentinnen und Konsumenten also an den Begriff Tierwohl, wenn er ein für sie wichtiges Kaufkriterium darstellt? Eine aktuelle Umfrage der Arbeiterkammer gibt Antworten darauf: Am wichtigsten bewerten die Befragten bei den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten eine stressfreie Schlachtung, beispielsweise durch kurze Transportwege zum Schlachtbetrieb und eine wirksame Betäubung. Ausreichend Platz, gute Lüftung und Tageslicht werden, genauso wie eine artgerechte und gentechnikfreie Fütterung, als ähnlich wichtige Kriterien genannt. Vier von zehn Befragten legen Wert darauf, dass die Tiere in der Gruppe gehalten werden.

WAS IST UNS BEI TIERWOHL WICHTIG?*



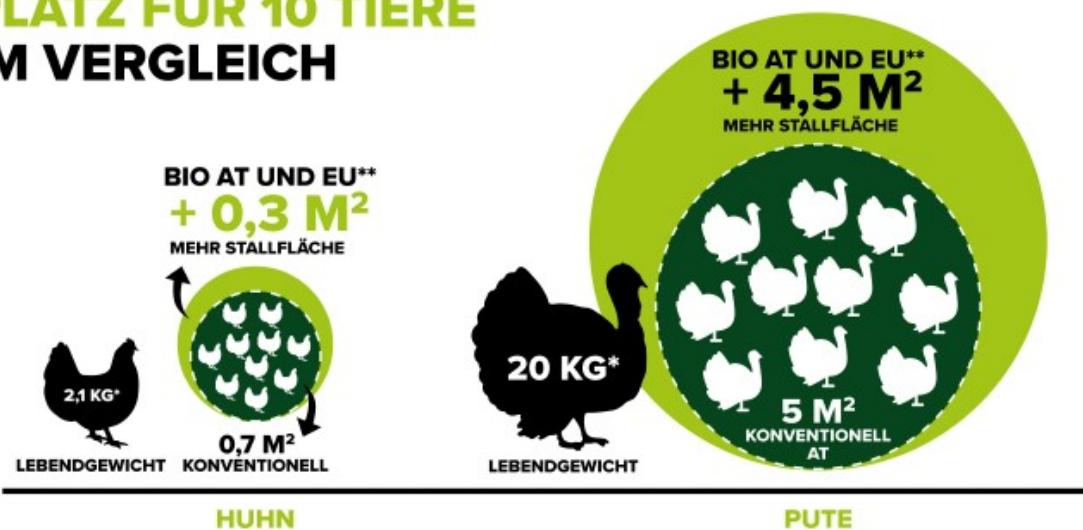
Infografik © Land schafft Leben 2024
Antwortmöglichkeiten vorgegeben; 800 Befragte; Quelle: Arbeiterkammer (2023), Erwartungen von Verbraucher:innen

Viele der genannten Punkte finden schon jetzt ganz selbstverständlich in der landwirtschaftlichen Praxis sowie in den Gesetzen Berücksichtigung: So ist etwa die Wirksamkeit der Betäubung eine Grundvoraussetzung, die bei der Schlachtung gegeben sein muss. Gentechnikfreiheit beim Futter ist – obwohl gesetzlich nicht vorgegeben – bei Milchkühen sowie Geflügel (inklusive Legehennen für die Produktion von Eiern) in der österreichischen Praxis Standard. Rechtlich festgelegt ist in Österreich im Unterschied zu allen anderen Ländern der EU etwa, welche Mindest-Stallfläche pro Pute zur Verfügung stehen muss. So ist die so genannte Besatzdichte bei Puten so streng geregelt wie in kaum einem anderen Land.

Noch mehr Platz haben Puten, aber auch Hühner, wenn nach den Vorgaben der biologischen Wirtschaftsweise produziert wird. Auch in anderen Bereichen erfüllt Bio die Erwartungen, die an Tierwohl gestellt werden – etwa was den verpflichteten Auslauf im

Freien betrifft, bei dem es sich um eine frei zugängliche Fläche außerhalb des Stalles handeln muss, aber nicht immer eine Weidefläche gegeben sein muss. Diese Art der Haltung stellt auch die höchste Stufe der deutschen Tierhaltungskennzeichnung dar. Mehr Platz bedeutet jedoch geringere Produktionsmengen bei höheren Produktionskosten, die sich letztendlich im Preis widerspiegeln. Er ist mit ein Grund für die vergleichsweise geringe Nachfrage nach Bio-Fleisch und -Wurst: Laut Erhebungen der RollAMA hatte Bio-Fleisch und -Geflügel 2022 mengenmäßig einen Anteil von 3,8 Prozent, Bio-Wurst und -Schinken lag bei 2,2 Prozent. „Verhalten sich Konsumentinnen und Konsumenten nach den Regeln für eine gesunde Ernährung und setzen nur zwei- bis dreimal pro Woche Fleisch auf ihren Speiseplan, ist Bio-Qualität dennoch leistbar“, so Petra Lehner, Lebensmittelexpertin der Arbeiterkammer Wien.

PLATZ FÜR 10 TIERE IM VERGLEICH



WIE VIEL PLATZ HABEN 10 SCHWEINE?



Infografik © Land schafft Leben 2024

* z.B. befestigte Flächen oder Freigelände; Quelle: österreichische Tierhaltungsverordnung, EU-Bio-Verordnung; durchschnittlich 10–15 Schweine/Bucht; zur Veranschaulichung 10 Tiere pro Bucht

Auch die konventionelle Landwirtschaft hat Tierwohl zu bieten, wie Andreas Lidauer von Hofer beschreibt: „Die Haltungsbedingungen eines Tierwohl-Huhns gehen weit über die Mindeststandards von konventioneller Huhn-Haltung hinaus. Noch strengere Haltungsbedingungen gibt es beim Bio-Huhn. Diese Aufwände und Mehrkosten auf Seite der Landwirte und Produktionsstätten müssen auch abgegolten werden. Daher ist das Bio-Huhn am oberen Preiskorridor, Tierwohl in der Mitte und die konventionelle Tierhaltung am unteren Ende positioniert.“

„Eine Maßnahme, die Wirkung zeigt“, nennt auch Paul Pötschacher von REWE die Kombination aus Tierwohl und konventioneller Haltung. So verzeichnet die hauseigene, konventionelle Tierwohlmarke beim Huhn mittlerweile einen Verkaufsanteil von 70 bis 75 Prozent. Beim Rind macht deren Anteil etwa 50 Prozent aus. Tierwohl-Marken bauen auf konventionellen Marken auf – handelt es sich bei einer Tierwohl-Marke um ein biologisches Produkt, ist sie als Bio gekennzeichnet.

Johannes Mayr von Keyquest sieht Darstellungen wie diese kritisch: „Wenn man die Haltungsauflagen für Biohaltung, konventionelle Haltung mit höheren Tierwohlstandards und konventionelle Haltung vergleicht, dann kann man sich das Verhältnis zwischen den verschiedenen Formen metaphorisch so vorstellen: Zwischen konventioneller Haltung und solcher mit höheren Tierwohlstandards liegt vielleicht ein Abstand von einem Zentimeter, zwischen konventioneller Haltung und Biohaltung hingegen einer von zehn Zentimetern.“ Dass Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend zu Tierwohl greifen, kann Nicole Berkmann von Spar ohnehin nicht bestätigen: „Es wird immer so getan, als würden alle auf Tierwohl setzen, aber dem ist leider nicht so. Wir können bei weitem nicht das gesamte Fleisch, das wir aus Tierwohl-Produktionen beziehen, als solches und mit diesem Mehrwert verkaufen.“ So gibt der Handel an, dass der nachgefragte Anteil im niedrigen, einstelligen Bereich liegt.

Mangels klar definierter Begriffe und festgelegter Standards steht sowohl auf EU-Ebene als auch in Österreich eine Haltungskennzeichnung, ähnlich wie in Deutschland, im Raum. Ein einheitliches System, mit dem tierische Produkte für Konsumentinnen und Konsumenten eindeutig und nachvollziehbar nach ihren Haltungsstandards gekennzeichnet werden können, würde auch der Lebensmittelhandel begrüßen.

Was ist Regionalität – und wie viel konsumieren wir?

Die Begriffe Herkunft und Regionalität gehen aus Umfragen als wichtige Kriterien für das Treffen von Kaufentscheidungen hervor. Was wir darunter verstehen, wenn wir von Regionalität sprechen, zeigt eine RollAMA-Motivanalyse aus dem Jahr 2019. Ein Großteil der Befragten verbindet demnach mit dem Begriff Lebensmittel, die direkt aus der Nachbarschaft oder einer sehr eng definierten Region kommen. Für andere ist ein Lebensmittel auch dann noch regional, wenn es im Umkreis von maximal 300 Kilometern, im eigenen Bundesland oder in Österreich produziert worden ist. Diese unterschiedlichen Auffassungen von Regionalität spiegeln sich für Nicole Berkmann von Spar auch in der Herkunft der Befragten wider: „Für einen Vorarlberger ist alles regional, was aus dem Bundesland kommt – für einen Wiener alles aus Österreich. Zu diesem Begriff gibt es sehr unterschiedliche Zugänge – nicht nur, was die Herkunft angeht. Was heutzutage unter Regionalität verstanden wird, sind oftmals auch die Spezialitäten oder Produkte von kleineren Herstellern.“

WAS VERSTEHEN WIR UNTER REGIONALITÄT?



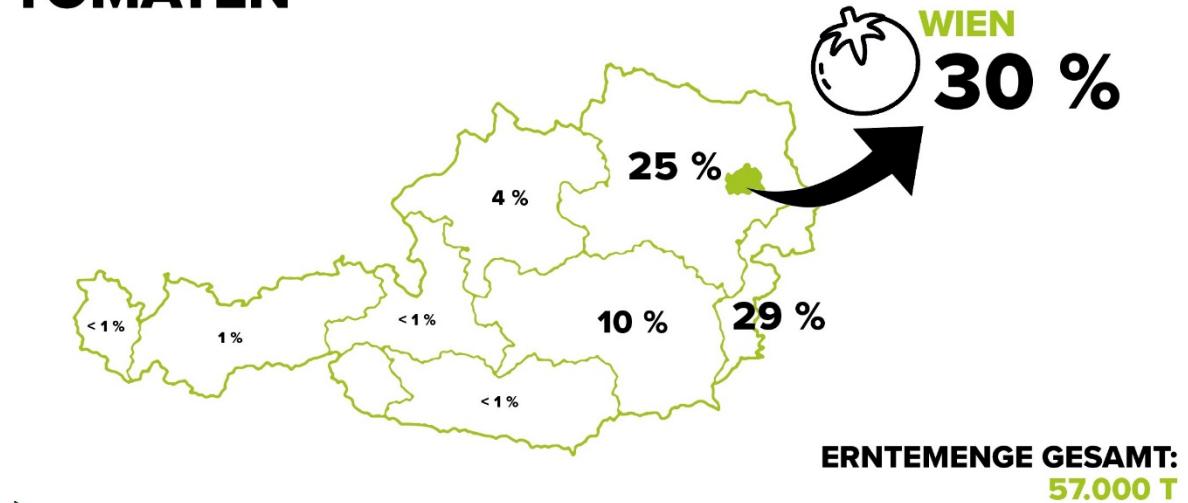
Infografik © Land schafft Leben 2024
1.685 Befragte; Quelle: RollAMA, AMA-Marketing, 2019

Tatsächlich gibt es für den Begriff Regionalität keine klare Definition. Seine Verwendung ist daher auch nicht geschützt. Das Forum „Österreich isst regional“, das sich zum Ziel gesetzt hat, den Anteil regionaler Lebensmittel in der öffentlichen Beschaffung zu erhöhen,

beschreibt die Gründe dafür folgendermaßen: „Die Region kann unterschiedlich groß und durch landschaftliche oder kulturelle Strukturen definiert sein. Darüber hinaus kann die Verfügbarkeit einen geeigneten Zugang bieten. [...] Das macht beispielsweise einen in Europa produzierten Reis im Vergleich zu einem in Asien produzierten zu einem regionaleren und damit örtlich näheren Produkt“.

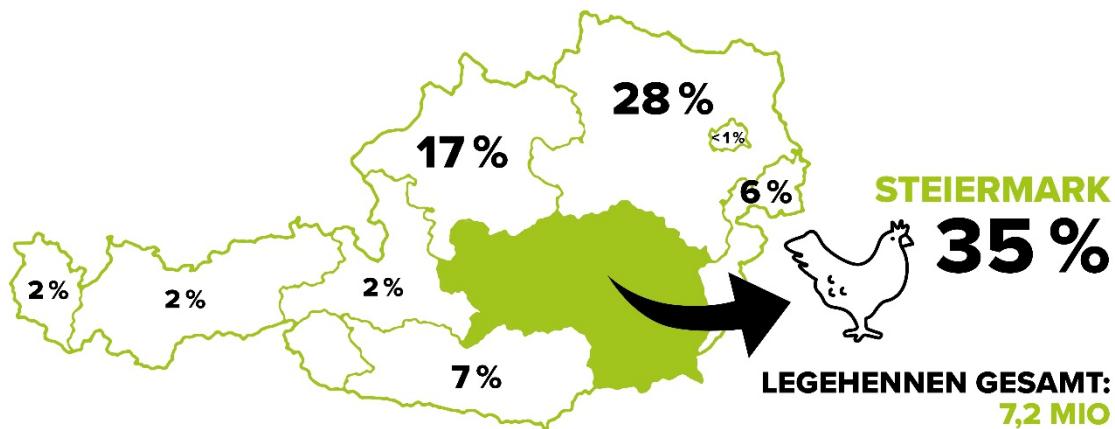
Für „Österreich isst regional“ lautet die Devise: „Je näher, desto besser“. Für die Umweltorganisation Global 2000 ist Regionalität wiederum nur dann gegeben, wenn „die Erzeugung der Rohstoffe, deren Verarbeitung und der Vertrieb des fertigen Produkts innerhalb eines Umkreises von maximal 100 Kilometer“ stattfinden. Nach dieser engen Definition wären etwa steirische Eier und Tomaten aus Wien in Tirol und Vorarlberg nicht mehr als regional einzustufen.

WIEN PRODUZIERT AM MEISTEN TOMATEN



Infografik © Land schafft Leben 2024
Zahlen aus 2023; Quelle: Statistik Austria Gemüseproduktion 2023; Werte gerundet; eigene Prozentrechnung auf Basis von ungerundeten Werten

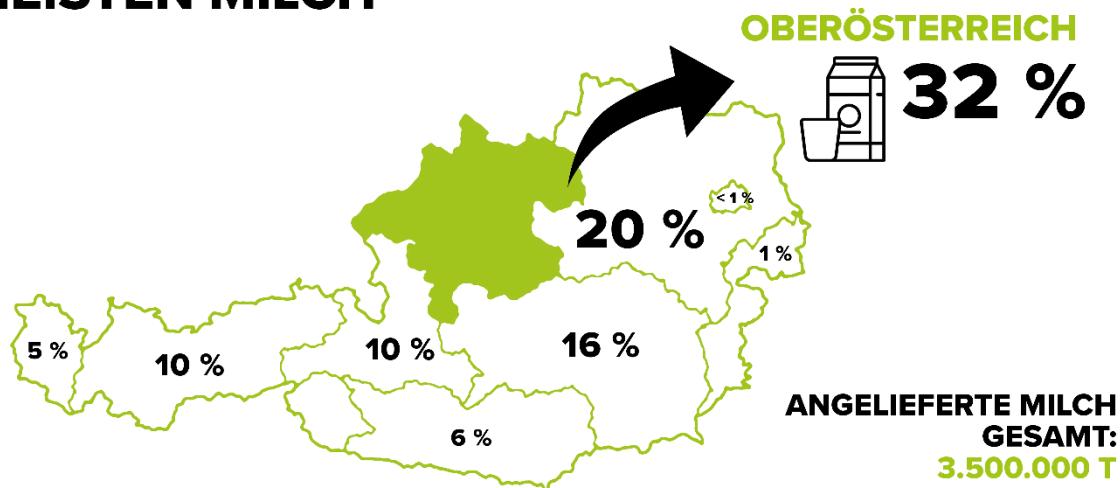
DIE STEIERMARK HAT DIE MEISTEN LEGEHENNEN



Infografik © Land schafft Leben 2024

Zahlen aus 2024; Quelle: QGV; Legehennen ab Legereife; Werte gerundet; eigene Prozentrechnung auf Basis ungerundeter Werte

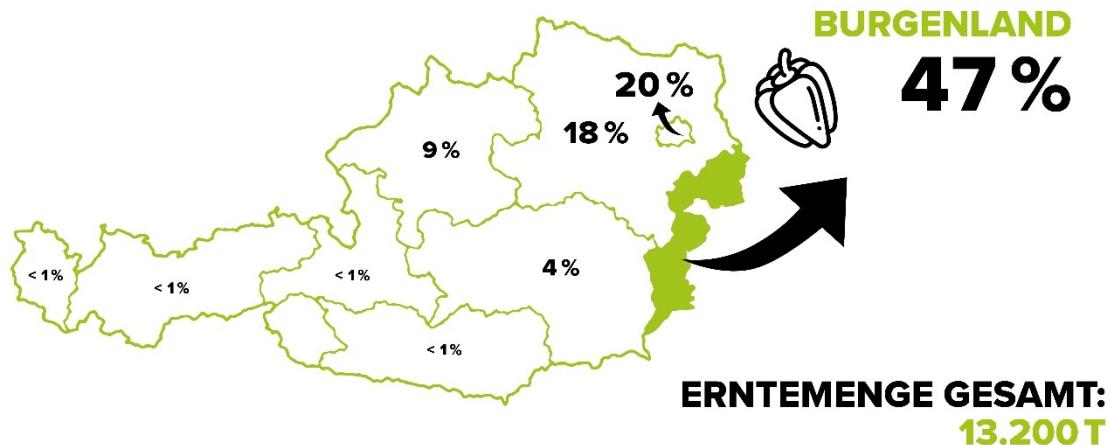
OBERÖSTERREICH PRODUZIERT AM MEISTEN MILCH



Infografik © Land schafft Leben 2023

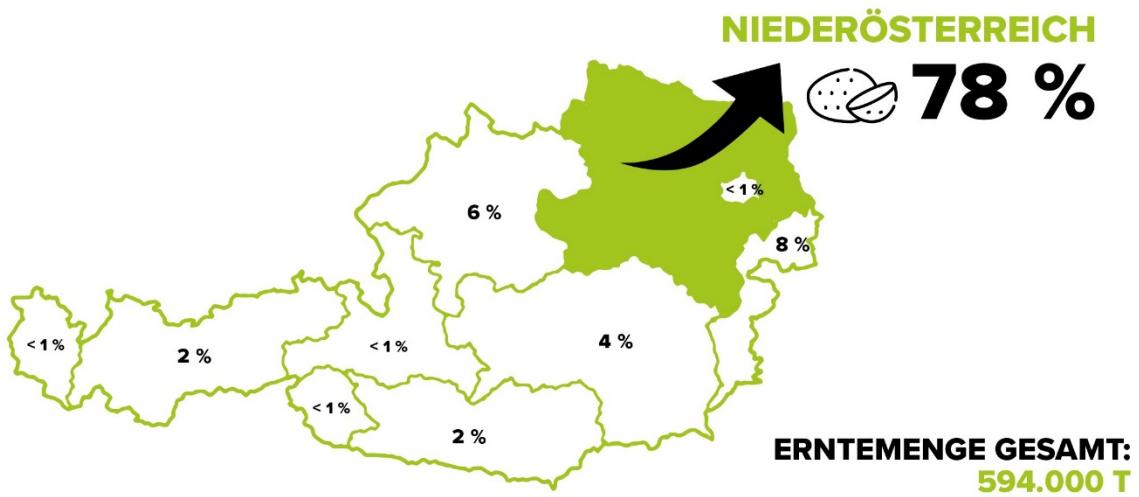
Zahlen aus 2022; Mengenangabe in Tonnen; Quelle: Statistik Austria; Werte gerundet; eigene Prozentrechnung auf Basis ungerundeter Werte

DAS BURGENLAND PRODUZIERT AM MEISTEN PAPRIKA*



Infografik © Land schafft Leben 2024
*inkl. Pfefferoni; Zahlen aus 2023; Mengenangaben in Tonnen; Quelle: Statistik Austria Gemüseproduktion 2023; Werte gerundet; eigene Prozentrechnung auf Basis ungerundeter Werte

NIEDERÖSTERREICH PRODUZIERT AM MEISTEN KARTOFFELN



Infografik © Land schafft Leben 2024
Zahlen aus 2023; Kartoffelernte in Tonnen; Quelle: Statistik Austria Feldfrucht- und Dauerwiesenproduktion 2023; eigene Prozentrechnung auf Basis ungerundeter Werte; Werte gerundet

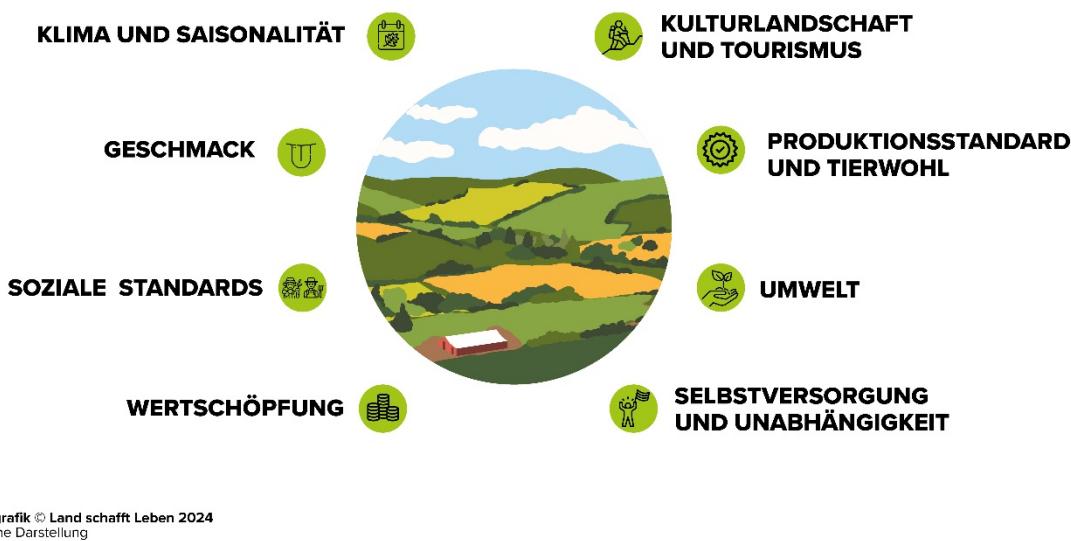
Tatsächlich ist es vielen von uns nicht mehr so wichtig, woher unsere Lebensmittel kommen, sobald unsere Definition von „regional“ endet. Verstehen wir darunter die enge Definition von lokal produzierten Lebensmitteln, sind wir beim Einkaufen schnell bereit, das Tor zur Welt zu öffnen und legen uns statt regionaler Lebensmittel gleich solche aus aller Welt in den Einkaufswagen.

Warum die Landesgrenzen in der Diskussion um Lebensmittel jedenfalls eine Rolle spielen, liegt an unseren Möglichkeiten zur Mitgestaltung innerhalb des Produktionsraums

Österreich. Schließlich können wir hier als Bürgerin oder Bürger sowie als Konsumentin oder Konsument Einfluss auf die Produktionsbedingungen und die Wertschöpfung von Lebensmitteln nehmen.

Bewusster Konsum: Was jeder Griff ins Regal bewirkt

WARUM LEBENSMITTEL AUS ÖSTERREICH?



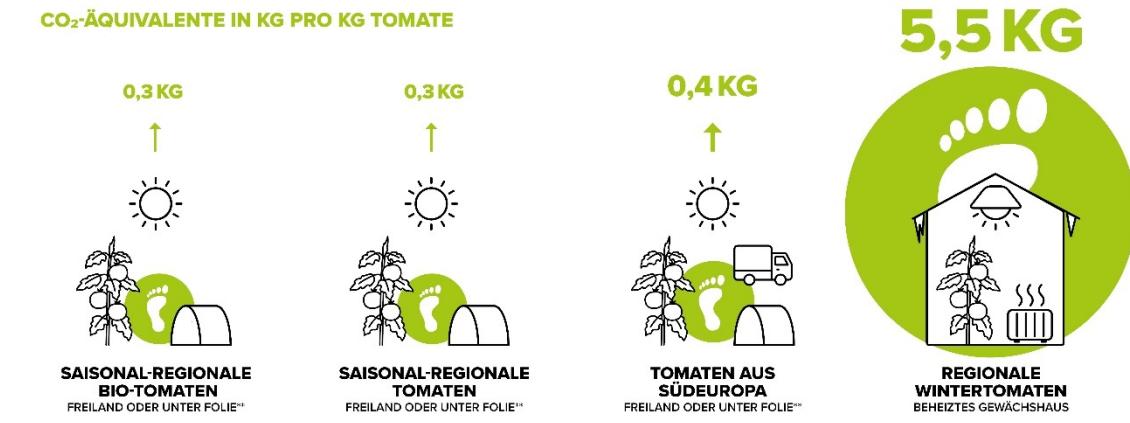
Was kannst also du als Einzelperson tun? Zuallererst kannst du dir bewusst machen, dass du mit jedem Griff ins Regal einen Produktionsauftrag erteilst. Sind dir etwa faire Arbeitsbedingungen oder Tierwohl wichtig, kannst du zu genau diesen Lebensmitteln greifen. Erst dann werden fair und nach Tierwohkkriterien produzierte Produkte auch weiterhin produziert und wieder ins Regal gelegt. So gestaltest du mit deiner täglichen Einkaufsentscheidung aktiv mit, zu welchen Produktionsbedingungen Lebensmittel hergestellt werden und ob wir uns auch in Zukunft mit regionalen Lebensmitteln versorgen können. Darüber hinaus haben unser aller und damit auch deine Einkaufs- und Ernährungsentscheidungen weitreichenden Einfluss auf das Klima, die heimische Wertschöpfung und die Erhaltung unseres Lebensraums.

Regional und saisonal vs. Import: Was ist der „unsichtbare Rucksack“?

Was Obst und Gemüse betrifft, bringt Saisonalität einen gewichtigen Aspekt ins Spiel. Tomaten sind im Freiland unter mitteleuropäischen Bedingungen von Juli bis Oktober reif, durch beheizte Glashäuser kann die Saison aber um sechs Monate – von März bis Dezember – verlängert werden. In den kalten Monaten kostet das nicht nur viel Energie, sondern führt auch zu einem hohen CO₂-Ausstoß (Verweis auf Tomate CO₂-Fußabdruck) (abhängig von der Energiequelle). Weit mehr sogar, als die gleiche Menge importierter Freilandtomaten aus Spanien verursachen würden. Den kleinsten CO₂-Fußabdruck hat die Tomate aus der Region und während der Saison (Verweis auf Saisonkalender), einen besonders großen jene, die außerhalb der Saison in Gewächshäusern produziert wird, welche unter hohem Einsatz von Energie aus nicht erneuerbaren Quellen beheizt werden.

SAISONAL-REGIONALE TOMATEN MIT KLEINSTER KLIMAWIRKUNG

KLIMAWIRKUNG* UNTERSCHIEDLICHER TOMATEN BIS ZUR SUPERMARKTKASSA AM BEISPIEL DEUTSCHLAND



Infografik © Land schafft Leben 2024
 *Treibhausgasemissionen über die gesamte Lieferkette bis zum Supermarkt. Umfasst Anbau (inklusive vorgelegter Prozesse wie Düngerproduktion), Verarbeitung, Verpackung und Transport.
 **Zusammengefasste Darstellung von Anbau im Freien und unter Folie aufgrund geringer Unterschiede. Quelle: Göttsche, Reinhardt (2023); CO₂-Fußabdruck von Tomaten aus unterschiedlichen Regionen und Anbausystemen; ermittelt durch IFEU (Institut für Energie- und Umweltforschung, Heidelberg) für Land schafft Leben, eigene Darstellung.

Auch bei tierischen Lebensmitteln haben heimische Produkte Besonderheiten zu bieten. So verursacht die Produktion von Rindfleisch, Milch und Eiern laut einer Studie von Leip et al., in der die Klimawirkung pro Kilogramm Lebensmittel in den einzelnen EU-Ländern verglichen wird, in Österreich den geringsten CO₂-Ausstoß. Bei Geflügel erreicht die heimische Landwirtschaft hinter Irland den zweiten Platz und bei Schweinefleisch den dritten, was niedrige CO₂-Mengen betrifft. Neben dem Transport sind vor allem unsere Produktionsstandards, wie eine grünlandgebundene Landwirtschaft mit Zweinutzungsrasen, ein hoher Selbstversorgungsgrad mit Tierfutter sowie die effiziente Produktion, ursächlich für das Erreichen dieser Werte.

Mit dem Import von Gemüse und Obst – wie Tomaten, Gurken oder Erdbeeren – werden auch Nährstoffe und Wasser importiert. Die Gurke etwa besteht zu über 95 Prozent aus Wasser und wird oft aus Ländern eingeführt, in denen ohnehin Wasserknappheit herrscht, wie beispielsweise Spanien. In Österreich „fließen“ hingegen etwa vier Prozent des gesamten Wasserbedarfs, der rein mit dem Grundwasser nachhaltig gedeckt werden kann, in die Landwirtschaft. Auch die Produktions- und Arbeitsbedingungen, die in einem Land vorherrschen, landen mit importiertem Obst und Gemüse in deinem Einkaufswagen. So wird es nicht selten zu Arbeitsbedingungen produziert, die in Österreich strenger geregelt und kontrolliert werden.

In vielen Fällen strenger reguliert und kontrolliert ist hierzulande auch der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln. In vielen Ländern weltweit werden Obst und Gemüse unter Verwendung von Pflanzenschutzmitteln hergestellt, die in Österreich nicht zugelassen sind oder deren Ausbringung keinen vergleichbaren Kontrollen unterliegen.

Wer in eine heimische, saisonale Freilanderdbeere oder Tomate beißt, nimmt auch schnell den Unterschied zwischen reif geerntetem Obst und Gemüse und solchem wahr, das einen weiten Weg zu uns zurücklegen musste. Wenn Pflanzen reif geerntet werden, bringen sie

neben dem Geschmack auch einen höheren Nährstoff- und Vitamingehalt mit, was durch kurze Transportwege leichter möglich ist.

Welchen Beitrag leisten die heimischen Produktionsstandards für Umwelt und Tierwohl?

Ein Grund für die vergleichsweise guten Klima- und Umweltwerte der heimischen Landwirtschaft sind die in Österreich etablierten Maßnahmen und Standards.

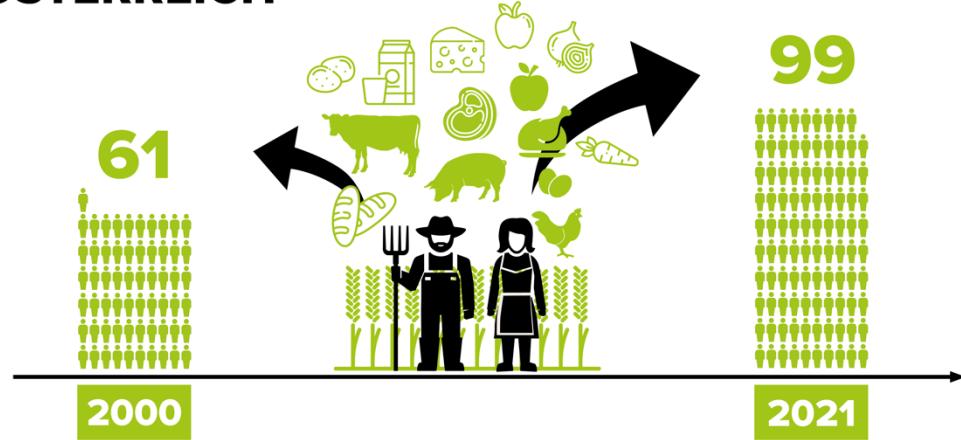
So nehmen etwa rund 85 Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe am Österreichischen Programm zur Förderung einer umweltgerechten, extensiven und den natürlichen Lebensraum schützenden Landwirtschaft (kurz: ÖPUL) teil. Neben der „umweltgerechten Bewirtschaftung“ und der „bodennahen Gülleausbringung“ fällt unter anderem auch die Maßnahme der „biologischen Wirtschaftsweise“ darunter.

Auch außerhalb der biologischen Landwirtschaft zeigt sich Österreich – gemeinsam mit Schweden, den Niederlanden und Dänemark – als Vorreiter in der EU und sogar auf der Welt: Bei der Nutztierhaltung weist der internationale „Animal Protection Index“ als Kennziffer eines Projekts, das sich für den Welttierschutz und seine Verbesserung einsetzt, nur diesen Ländern die höchstvergebene Note B innerhalb einer Skala von A bis G aus. Hier punkten wir beispielsweise bei der gesetzlich vorgeschriebenen, geringeren Besatzdichte bei Geflügel, da den Tieren im Vergleich mit den anderen gelisteten Ländern bildhaft gesprochen mehr Luft, Licht und Platz zur Verfügung stehen. (LINK zu Grafik „Platz für 10 Tiere im Vergleich“)

Was hat Versorgungssicherheit mit Unabhängigkeit zu tun?

Mit ihrer oftmals standortgerechten Wirtschaftsweise kann die österreichische Landwirtschaft den Nahrungsmittelverbrauch der heimischen Bevölkerung theoretisch decken – zumindest, was den Kalorienbedarf betrifft. Die Umrechnung der gesamten pflanzlichen und tierischen Lebensmittel in so genannte Getreideeinheiten zeigt, dass unser Verbrauch durch die Produktion gedeckt ist. Dafür sorgen rund 120.000 Voll-Arbeitskräfte in der österreichischen Landwirtschaft. Im Schnitt versorgt jede und jeder einzelne heute 99 Menschen mit Lebensmitteln. Auf die Menge bezogen können wir so vor allem unseren Bedarf an Milch, Rind- und Schweinefleisch decken. Auch mit Getreide, Eiern und Kartoffeln können wir uns annähernd selbst versorgen. Unseren Obst- und Gemüsebedarf können wir etwa zur Hälfte mit der eigenen Erzeugung decken. Hier muss deshalb – insbesondere für die Nachfrage außerhalb der Saison – vermehrt auf Importe zurückgegriffen werden.

EINE BÄUERIN* / EIN BAUER* VERSORGT SO VIELE MENSCHEN IN ÖSTERREICH



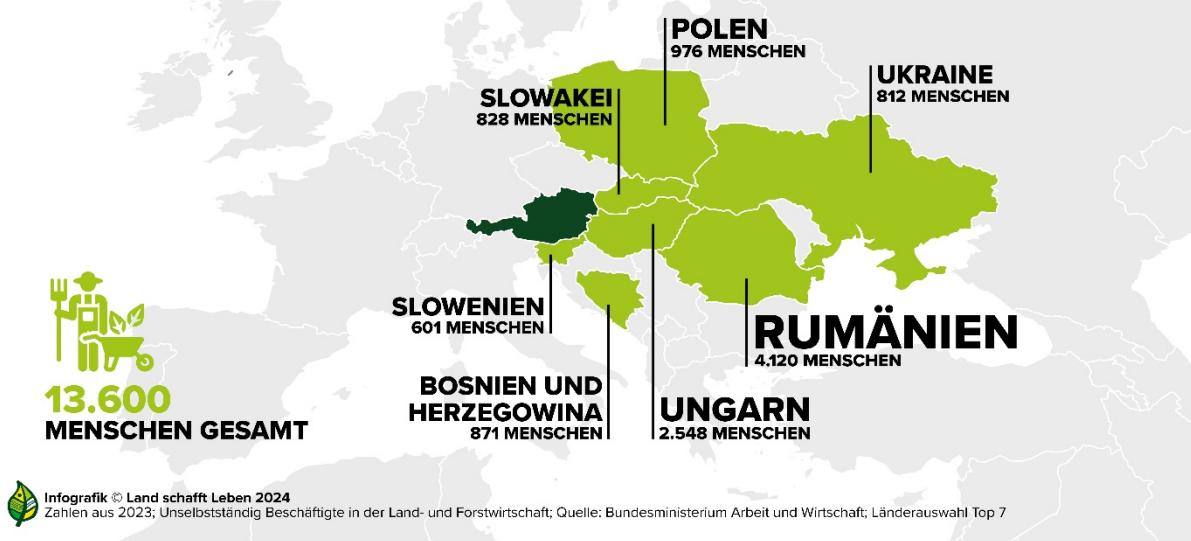
Infografik © Land schafft Leben 2024; *entspricht einer Vollzeit-Arbeitskraft; Versorgung durch inländische Nahrungsmittelproduktion umgerechnet in Getreideeinheiten (GE). GE spiegeln das Energieleistungsvermögen der jeweiligen Produkte wider; Quelle: gruenerbericht.at (2023); Tabelle 1.5.22, Versorgungsleistung der österreichischen Landwirtschaft mit Nahrungsmitteln (2000 bis 2021), Zugriff 03.2024; eigene Darstellung

Unsere Lebensmittelproduktion gewährleistet aber nicht nur unsere Unabhängigkeit und die Deckung des individuellen Energiebedarfs. Sie ist auch ein direktes Abbild unserer Werte, denn nur bei regionalen, und damit heimischen Lebensmitteln können wir die Produktionsbedingungen direkt selbst beeinflussen.

Von Menschen für Menschen: Wie schaffen wir Wertschöpfung?

Etwa 93 Prozent der Betriebe in Österreich sind laut Definition der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der vereinten Nationen (FAO) Familienbetriebe. Hier werden mehr als 50 Prozent der Arbeitskraft durch Familienangehörige gestellt. Familienbetriebe bearbeiten rund 85 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Fläche. Vor allem im Rahmen anfallender Erntearbeiten spielen ausländische Facharbeitskräfte eine wichtige Rolle. Laut Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft sind jährlich etwa 15.000 Menschen zusätzlich in der Landwirtschaft im Einsatz.

FREMDARBEITSKRÄFTE IN ÖSTERREICH NACH HERKUNFTSLÄNDERN



In Österreich sind die arbeitsrechtlichen Bedingungen der Arbeitskräfte in der Landwirtschaft im Landarbeitsgesetz 2021 sowie in den jeweilig anzuwendenden Kollektivverträgen je nach Bundesland und Betriebsart festgelegt. Hier sind darüber hinaus Sonderzahlungen in Form eines 13. und 14. Entgelts verankert. Damit liegt Österreich in Bezug auf die Bruttolöhne je vertraglicher Arbeitsstunde im Vergleich mit der Schweiz, Deutschland, Italien, Spanien, Polen und Ungarn an dritter, beziehungsweise zweiter Stelle. Das geht aus einer Studie des sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsinstituts KMU Forschung Austria aus dem Jahr 2022 hervor.

Eine Studie des Wirtschaftsforschungsinstituts zu den Wertschöpfungsketten von Agrargütern und Lebensmitteln in Österreich zeigt die Auswirkungen von Importen und Exporten in Zahlen. So führt eine einprozentige Verringerung der Importe zu einer zusätzlichen Wertschöpfung von rund 140 Millionen Euro sowie einer Beschäftigung für weitere 3.100 Personen. Gleiches gilt umgekehrt. Wer zu österreichischen Produkten greift, unterstützt damit also das Bestehen heimischer Betriebe und Arbeitsplätze. So erwirtschaftete die Landwirtschaft in Österreich 2022 etwas über vier Milliarden Euro und stellt damit knapp ein Prozent des jährlichen Bruttoinlandprodukts. Im Jahr 1995 lag dieser Wert laut Statistik Austria bei 1,7 Prozent.

Viel mehr als nur Urlaub: Warum sind Landwirtschaft und Tourismus untrennbar miteinander verbunden?

Der Tourismus trägt rund 6,8 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt bei. Neben den weltweit lebenswertesten und historischen Städten ist es Österreichs Landschaft, die Touristinnen und Touristen aus dem In- und Ausland anzieht – insbesondere die Bergregionen mit ihren Almen. Etwa 8.000 gibt es in Österreich, die meisten davon in Tirol. Sie bieten mehr als 300.000 Rindern den Sommer über frisches Gras und Kräuter als Nahrung. Gemeinsam mit etwa 125.000 Schafen und Ziegen halten Kühe diese Regionen von Verbuschung und

Verwaltung frei. So wird dieser Lebensraum für uns Menschen in der Freizeit oder im Urlaub zugänglich und erlebbar. Gleichzeitig fördert die [extensive Bewirtschaftung](#) in Höhenlagen die Artenvielfalt. Extensive Landwirtschaft findet man auch in anderen Teilen Österreichs, wie in der Pannonischen Tiefebene im Osten, wo neben Graurindern auch Wasserbüffel grasen. wo neben Graurindern auch Wasserbüffel grasen.

„Ganz nebenbei“ liefern diese Tiere Milch und Fleisch, die gemeinsam mit anderen Lebensmitteln aus heimischer Erzeugung zu regionalen Lebensmitteln veredelt werden. Etwa zu Käse, der sich auch im internationalen Vergleich sehen lassen kann. Die Anzahl der Betriebe, die hinter diesen Erzeugnissen, den Nutztieren und der Land- und Forstwirtschaft stehen, verringerte sich im Zeitraum 1951–2020 um rund 64 Prozent. Heute sind noch rund drei Prozent der Österreicherinnen und Österreicher in der Land- und Forstwirtschaft tätig. Gleichzeitig wächst der Anteil der Menschen, die in Städten wohnen und denen der direkte Bezug zur Landwirtschaft und damit das Wissen darüber, wie Lebensmittel produziert werden, fehlen.

Was mehr Bewusstsein und Wertschätzung für heimische Lebensmittel bewirken

Projekte wie die *Cityfarm*, das *Welttellerfeld*, aber auch *Urlaub am Bauernhof* helfen mit, dem entgegenzuwirken. Auf mehreren tausend Betrieben kann Letzterer genossen werden. Unter anderem Initiativen wie diesen ist es zu verdanken, dass in einer Umfrage 94 Prozent der Befragten angeben, die heimische Landwirtschaft als positiv bis sehr positiv wahrzunehmen. Dass eine funktionierende Landwirtschaft ein wesentlicher Faktor für unsere Lebensqualität sowie den Tourismus im Land ist und darüber hinaus einen wichtigen Bestandteil der österreichischen Kultur bildet, ist den meisten Menschen nach eigenen Angaben bewusst. Um unsere Landwirtschaft zu erhalten, können wir unseren Lebensmittelkonsum entsprechend ausrichten.

Verglichen mit den an Österreich angrenzenden Ländern weisen die heimischen Regale einen besonders hohen Anteil regionaler Lebensmittel auf – das zeigt eine Untersuchung der GAW Wirtschaftsforschung im Auftrag des Handelsverbands: Durchschnittlich werden rund 84 Prozent der Nachfrage in den Lebensmittelkategorien Fleisch, Milch, Eier, Brot und Gemüse durch die heimische Produktion gedeckt. Nahezu ausschließlich österreichische Erzeugnisse gibt es bei Milch, gefolgt von Brot und Eiern. In verarbeiteten Produkten sind Letztere oft ausländischen Ursprungs, während der Handel bei einzelnen Eiern nur Ware aus Österreich zum Verkauf anbietet. Gemüse, das hierzulande angebaut wurde, macht 84 Prozent des Angebots aus, während heimisches Fleisch innerhalb der ausgewählten Lebensmittelkategorien die geringsten Anteile aufweist. Bei Rindfleisch beispielsweise liegt unser Selbstversorgungsgrad bei 144 Prozent – dennoch decken wir nur 67 Prozent unseres Bedarfs an diesem Lebensmittel mit heimischen Produkten. Dass theoretisch genügend produziert wird, um die Nachfrage der Österreicherinnen und Österreicher zu decken, bedeutet also nicht, dass wir diese Lebensmittel auch hier konsumieren. So liegt die Nachfrage nach [Edelteilen](#) über der aus heimischer Produktion verfügbaren Menge, während es für manche anderen Teile eines Tieres hierzulande keinen Bedarf gibt, weshalb

sie exportiert werden. Darüber hinaus umfasst das Lebensmittelangebot in Österreich auch Artikel, die aus Ländern kommen, die billiger produzieren. So landen viele Produkte auf unseren Tellern, die in der heimischen Landwirtschaft nicht zu denselben Preisen und unter denselben Bedingungen hergestellt werden, wie es im Ausland der Fall ist.

Umso mehr sollte uns die Macht unseres Griffes ins Regal bei jedem Einkauf bewusst sein: Mit ihm können wir Angebot und Nachfrage steuern und über die Produktionsbedingungen – wie etwa Tierwohl, Pflanzenschutz oder Arbeitsbedingungen – mitentscheiden, aber auch darüber, welche Lebensmittel und -mengen hierzulande erzeugt werden. Sind wir mit den Herstellungsbedingungen für ein bestimmtes Lebensmittel einmal nicht einverstanden und lassen es im Regal liegen, wird es über kurz oder lang auch nicht mehr nachbestellt. Es liegt also in unserer Hand – und im übertragenen Sinne in unserem Einkaufswagen und auf unserem Teller – wie die Lebensmittelproduktion in Österreich von heute aussieht und wie sie in Zukunft aussehen wird.

