

## Nachfrage nach österreichischem Fleisch steigt – Herkunft wird zum entscheidenden Faktor

### **Regionalität im Aufwind: Österreichisches Fleisch gewinnt in der Gastronomie an Bedeutung.**

Trotz anhaltendem Preisdruck und der Verfügbarkeit von billigem Importfleisch steigt in Österreich die Nachfrage nach heimischem Fleisch in der Gastronomie deutlich an. Großhändler wie Kröswang und Transgourmet bestätigen: Der Trend geht klar in Richtung Regionalität. Besonders im Vorfeld des geplanten Mercosur-Abkommens werden viele Konsumentinnen und Konsumenten sensibler – sie fragen aktiv Fleisch aus Österreich nach.

*„Fleisch aus Österreich unterscheidet sich durch strengere Haltungsbedingungen, den reduzierten Einsatz von Antibiotika und generell höhere Produktionsstandards. Dieses Wissen gelangt immer mehr zum Konsumenten“,* sagt Hannes Royer, Gründer von Land schafft Leben. *„Wenn wir mehr Österreich auf dem Teller wollen, müssen wir als Konsumentinnen auch danach fragen – produziert wird, was nachgefragt wird.“*

Transparenz spielt dabei eine Schlüsselrolle: Immer mehr Gastronomiebetriebe kennzeichnen freiwillig die Herkunft ihres Fleischangebots – und stoßen damit auf positive Resonanz bei ihren Gästen. Der lange vorgebrachte Einwand, Herkunftskennzeichnung sei zu bürokratisch, verliert zunehmend an Gewicht – auch laut Rückmeldung von Großhändlern wie Kröswang, der frisches Schweine- und Rindfleisch ausschließlich aus heimischer Produktion bezieht. Seit 2024 setzt Kröswang mit der Initiative „Zeit für Fleisch aus Österreich“ auf heimische Ware – und die wird bei ihm stark nachgefragt: *„In einer Zeit, wo der Kosten- und Spardruck steigen, ist es uns besonders wichtig, zu zeigen, dass für hochwertige österreichische Produkte immer Platz ist: Entgegen dem Markttrend konnten wir unseren Umsatz mit österreichischem Frischfleisch 2024 um elf Prozent steigern“,* so Geschäftsführer Manfred Kröswang.

Auch bei Großhandelspartner Transgourmet sprechen die Zahlen für sich: Dort liegt der Anteil heimischer Produkte im Fleischsortiment bei 55 Prozent, bei frischem Rindfleisch sind es rund 88 Prozent. Großes Potenzial sieht Transgourmet-Geschäftsführer Thomas Panholzer bei Schweinefleisch, wo der Österreich-Anteil rund 30 Prozent ausmacht, und sagt dazu: *„Insgesamt ist die Nachfrage nach Lebensmitteln aus Österreich groß – gerade bei günstigen Produkten fehlt aber oft der regionale Bezug. Hier setzen wir gezielt auf Aufklärung und Bewusstseinsbildung. Schließlich ist Fleisch aus Österreich für die Gastronomie jederzeit verfügbar – man muss sich nur bewusst dafür entscheiden.“*

Dass bei günstigem Fleisch wie Schweinefleisch Luft nach oben wäre, was den Umstieg auf österreichische Herkunft angeht, zeigt die ausreichende Verfügbarkeit heimischer Ware. Transparenz in der Speisekarte wäre hier der erste Schritt zu einem Umdenken auch bei Konsumentinnen und Konsumenten.

## Presseaussendung

Wien, 21. Mai 2025



„Deshalb fordert Land schafft Leben schon seit 10 Jahren eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung“, so Hannes Royer abschließend.

### Für Rückfragen oder ein Interview stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Rebecca Marchhart, Kommunikation  
*Land schafft Leben*  
8970 Schladming | Erzherzog-Johann-Straße 248b  
1010 Wien | Schwarzenbergstraße 8/1  
T: 01 89 06 458  
[presse@landschaftleben.at](mailto:presse@landschaftleben.at)

### Bildmaterial

- Foto Schnitzel: Hohe Nachfrage nach österreichischem Fleisch in der Gastronomie

### Weiterführende Links für Ihre Recherche:

- [www.landschaftleben.at](http://www.landschaftleben.at)

### Kurzinfo Land schafft Leben

„Den Menschen fehlt der Bezug zu Lebensmitteln, sie treffen ihre Konsumententscheidungen hauptsächlich über den Preis.“ Es war diese Erkenntnis, die den Bio-Bergbauern **Hannes Royer** und die Unternehmerin **Maria Fanninger** 2014 dazu veranlasst hat, zusammen mit Mario Hütter den gemeinnützigen Verein **Land schafft Leben** zu gründen und 2016 schließlich der Öffentlichkeit zu präsentieren. Transparent und unabhängig klären sie seither zusammen mit ihrem Team über österreichische Lebensmittel und deren Produktion auf und schaffen Bewusstsein für die ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen unseres Lebensmittelkonsums. Dazu beleuchtet der Verein die gesamte Wertschöpfungskette von der Landwirtschaft über die Verarbeitungsbetriebe bis in die Gastronomie und den Handel. Die Ergebnisse der wissenschaftlich fundierten Recherchen werden in Form von Bild, Text und Video aufbereitet und sind frei unter [www.landschaftleben.at](http://www.landschaftleben.at) zugänglich. Seit 2021 bringt der Verein mit der Bildungsinitiative „Lebensmittelschwerpunkt“ Wissen zum Essen in Österreichs Schulen. Die beiden Gründer\*innen Hannes Royer und Maria Fanninger stehen mit ihrem Verein *Land schafft Leben* für Konsument\*innen ebenso wie Medienvertreter\*innen als erste Ansprechpartner zu vielfältigen Themen aus der Lebensmittelwelt zur Verfügung. Auch über zahlreiche Social-Media-Kanäle, einen Newsletter und Vorträge bekommen Konsument\*innen realistische Bilder, die unsere Lebensmittelproduktion weder skandalisieren, noch beschönigen. Ein besonders wichtiges Sprachrohr ist der mehrfach prämierte Podcast „Wer nichts weiß, muss alles essen“, mit dem der Verein 2023 den Ö3-Podcast-Award gewinnen konnte. *Land schafft Leben* finanziert sich über vier Säulen: Aktuell unterstützen über 60 Förderer den Verein, darunter Verarbeiter, Erzeugergemeinschaften und Vertreter des Lebensmittelhandels; zudem erhält *Land schafft Leben* seit dem Jahr 2021 eine öffentliche Förderung; weiters nimmt der Verein Gelder über Vortragstätigkeiten ein und wird von privaten Spender\*innen unterstützt.

### Kurzinfo Kröswang

Der Lebensmittelgroßhändler Kröswang beliefert von Oberösterreich aus 15.000 Hotel- und Gastronomiebetriebe mit seinen Produkten. Seit 2024 bietet Kröswang Gastronomiebetrieben an,

sich der Initiative „Zeit für Fleisch. Aus Österreich“ anzuschließen: Entsprechende Sticker weisen das heimische Fleischangebot aus. Zum einjährigen Jubiläum der Initiative zählt Kröswang über 250 Betriebe, die sich auf diese Weise zu Qualität aus Österreich bekennen.

### **Kurzinfo Transgourmet**

Mit rund 9.000 Tonnen verkauften Fleischprodukten pro Jahr und mehr als 5.000 Tonnen Wurst- und Selchwaren zählt Transgourmet zu den führenden Partnern der heimischen Gastronomie. Die Nachfrage nach Produkten aus Österreich ist hoch – so stieg der Anteil österreichischer Ware bei Transgourmet seit 2019 von 41 Prozent auf 53 Prozent.