

Gemeinsames Grundverständnis Voraussetzung, um den Wert der Regionalität zu bewahren

Hochqualitative regionale Lebensmittel stehen bei Konsument:innen in Tirol hoch im Kurs. Dahinter bestehen starke regionale Wirtschaftskreisläufe zwischen Landwirtschaft, Produktion und Handel, die sich gerade in Zeiten der Pandemie sowie der allgemeinen Teuerungen bewährt haben. Um diese weiter zu stärken, haben das Landesgremium des Tiroler Lebensmittelhandels in der Wirtschaftskammer Tirol und die Agrarmarketing Tirol unter anderem den ersten Tiroler Lebensmittelkongress ins Leben gerufen, der am 13. April in Igls stattfinden wird. Ziel ist es, den Austausch unter Branchenvertreter:innen zu forcieren und mit Expert:innen-Input Zukunftsoptionen für heimische Lebensmittel zu entwickeln.



Freuen sich auf die Premiere des „Tiroler Lebensmittelkongress“ am 13. April (v.l.): Stefan Mair (Gremialobmann des Tiroler Lebensmittelhandels), Matthias Pöschl (Geschäftsführer Agrarmarketing Tirol), Theresa Mitterer-Leitner (Senior Lecturer am MCI Innsbruck für Tourismus- & Freizeitwirtschaft) und Simon Franzoi (Geschäftsführer Landesgremium Lebensmittelhandel). (©Wirtschaftskammer Tirol)

Der Wert von Regionalität hat sich gerade bei Lebensmitteln im vergangenen Jahr, das von den Auswirkungen des Kriegs in der Ukraine mit allgemeiner Teuerung und großer Unsicherheit geprägt war, klar gezeigt. Regionale Produkte sind bei den Tiroler Konsument:innen sehr beliebt, sie waren trotz allgemeiner Lieferkettenengpässe stets verfügbar und weniger stark von den Teuerungen betroffen. „Dahinter stehen starke regionale Wirtschaftskreisläufe zwischen Landwirtschaft, Produktion und Handel, die gerade in Tirol besonders gut funktionieren“, betont Mag. Stefan Mair, Obmann des Landesgremiums des Tiroler Lebensmittelhandels in der Wirtschaftskammer Tirol.

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette stehen aber alle Beteiligten vor Herausforderungen, auf die es klare Antworten braucht, um der Regionalität eine Zukunft zu sichern. „Sich ändernde Kundenbedürfnisse, Klimawandel, Rohstoffknappheit und Abhängigkeiten von Lieferketten sind neben den Preissteigerungen nur einige der Themen, auf die wir heute Antworten brauchen. Deshalb verstärken wir unsere Partnerschaften und gemeinsamen Bemühungen, damit qualitätsvolle, regionale Lebensmittel auch unter sich ändernden Rahmenbedingungen eine gute Zukunft haben.“

So wurde unter anderem in Zusammenarbeit vom Landesgremium des Tiroler Lebensmittelhandels in der Wirtschaftskammer Tirol und der Agrarmarketing Tirol der Tiroler Lebensmittelkongress ins Leben gerufen, der am 13. April 2023 erstmals stattfindet und künftig jährlich ausgerichtet wird. Rund 180 Tiroler Branchenvertreter:innen aus allen Bereichen entlang der Lebensmittel-Wertschöpfungskette haben sich zum ersten Lebensmittelkongress angemeldet. Neben dem Austausch untereinander soll einerseits – angereichert mit Expert:innen-Input – der Status Quo der Branche betrachtet werden.

Andererseits werden aber auch Zukunftsoptionen für heimische Lebensmittel aufgezeigt. Nach Vorträgen von Theresa Mitterer-Leitner, MA, Senior Lecturer am MCI Innsbruck für Tourismus- & Freizeitwirtschaft sowie Dr. Christian Dürnberger vom Messerli Forschungsinstitut an der veterinärmedizinischen Universität Wien wird eine hochkarätig besetzte Diskussionsrunde bestehend aus Vertreter:innen des Einzel- und Großhandels sowie der landwirtschaftlichen Produktion sich mit dem Begriff Regionalität und dessen Bedeutung auseinandersetzen.

Heimische Landwirtschaft stärken

„Als Konsument:innen treffen wir mit jedem Kauf eine Entscheidung. Wir beeinflussen, wie Lebensmittel produziert werden. Greifen wir zu regionalen Produkten, bewirken wir viel Gutes: Wir wählen dadurch hochwertige Lebensmittel, kurze Transportwege, geringere CO₂-Ausstöße und faire Preise. Damit wird der Erhalt der Kulturlandschaft und die Grundversorgung sichergestellt.“

Außerdem unterstützen wir die gesamte Wertschöpfungskette, von der Produktion bis hin zum Konsumenten. Auch dieser Aspekt wird im Rahmen des Tiroler Lebensmittelkongresses zur Sprache kommen“, erklärt Mag. Matthias Pöschl, Geschäftsführer der Agrarmarketing Tirol, die Intention.

Aus Österreich muss es sein

„Regionalität“ ist für viele Lebensmittel-Konsument:innen ein besonders starkes Kaufmotiv. Jedoch gibt es sehr unterschiedliche Auffassungen, über das Verständnis von Regionalität. 72 Prozent verstehen darunter laut einer AMA-Marketing-Studie den unmittelbaren Umkreis des Wohnortes. 58 Prozent sehen dahinter das Heimatbundesland, 37 Prozent verstehen darunter Produkte aus einer Region in „Österreich“.

„Das wichtigste Thema beim Einkauf von Lebensmitteln ist für die meisten Konsument:innen, dass das Produkt zumindest aus

Österreich stammt“, betont Theresa Mitterer-Leitner. Regionale Produkte werden vor allem wegen der kurzen Transportwege und der Frische gekauft. Viele Konsument:innen wollen aber auch die heimische Landwirtschaft unterstützen. Zudem wird der Begriff „Regionalität“ oft mit „Nachhaltigkeit“ gleichgesetzt.

Verständnis von Regionalität

Aus Sicht der Landwirt:innen sei der Begriff „Regionalität“ vor allem mit Blick auf Vermarktung in der Gastronomie mit „aus Österreich“ gleichzusetzen, betont Theresa Mitterer-Leitner, die in ihren wissenschaftlichen Arbeiten schon etliche Befragungen in der Landwirtschaft durchgeführt hat, denn die österreichische Landwirtschaft produziert unter gleichen Auflagen und Qualitätsstandards. Der so genannte Selbstversorgungsgrad, also die Produktion von im Land nachgefragten Lebensmitteln, liegt in Österreich traditionell bei Milch- und Fleischprodukten deutlich über dem heimischen Verbrauch.

Bei Getreide und Eiern mit 94 sowie 90 Prozent knapp darunter. In der Gastronomie ist „Regionalität“ ein Qualitätsmerkmal und zudem ein wesentlicher Faktor in der Beziehung zwischen Tourismus und Landwirtschaft. „Sowohl was die Relevanz als auch den Wert von Regionalität betrifft, gibt es unterschiedliche Ansichten, ebenso gibt es kein allgemein gültiges Verständnis von „regional“, fasst Mitterer-Leitner zusammen.

„Aus meiner Sicht ist es daher wichtig, dass es ein Grundverständnis dafür gibt, dass Regionalität einen hohen Wert für uns alle hat“, ergänzt Stefan Mair. „Dies ist aus meiner Sicht die Grundvoraussetzung, um diesen Wert der Regionalität auch in Zukunft zu bewahren.“

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at