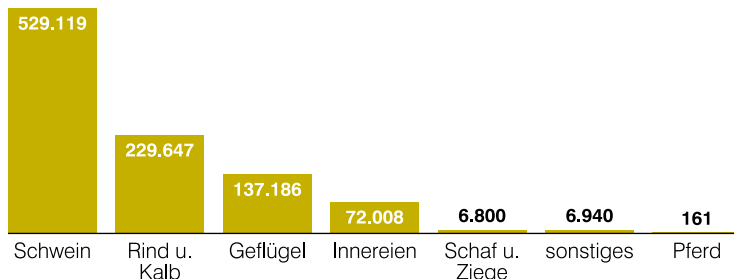


Produktion von Fleisch nach Tierart

Österreich 2015

Produktion in Tonnen Schlachtgewicht



Quelle: Statistik Austria

Fleisch in Österreich

Fleisch-Produktion

2015 wurden in Österreich insgesamt 981.861 t Schlachtgewicht produziert. Dabei verteilten sich die Marktanteile der gesamten Fleischproduktion zugunsten von Schweinefleisch mit 529.119 t (siehe Grafik oben), auf Platz zwei liegen Rind und Kalb, gefolgt von Geflügel.

Exportzahlen

Zu den Top-Exportländern für österreichisches Schweinefleisch gehören Italien (49.683 kg), Slowenien (17.608 kg) und Ungarn (15.930 kg). Fleisch vom Rind und Kalb hingegen wird vor allem nach Deutschland (39.488 kg), in die Niederlande (16.597 kg) und nach Italien (16.116 kg) exportiert.

brachte Wiesbauer vor allem Produktneuheiten im Segment Convenience auf den Markt. Erst vor einem Jahr wurde die Produktrange der „Haubenküche für zu Hause“ eingeführt, mittlerweile sind die Produkte in ganz Österreich gelistet – darunter das „Entenbrustfilet Barbarie“ oder der Pfandlschweinsbraten, beides Gerichte, an die sich ein privater Durchschnittskoch wohl eher selten wagen würde. Nur zehn Minuten muss man für das Brutzeln der Filets einkalkulieren, da das Fleisch mittels „Sous-vide“-Methode unter niedrigen Temperaturen lange gegart wurde. Der zeitaufwendigste Kochschritt wurde dem Verbraucher dadurch abgenommen.

Kochen wird überbewertet

„Die Leute wollen heute sehr wohl kochen, aber es will keiner mehr drei oder vier Stunden in der Küche stehen“, äußert sich Schmiedbauer über den Trend hin zu Convenience-Produkten. Neben dem Faktor Zeit zählt auch der Erfolg in der Zubereitung. Dass der Wursterzeuger damit am Rad der Zeit dreht, lässt sich unschwer am Absatz der „gelingsicheren“ Wiesbauer-Gerichte erkennen; die „Hauben-

küche“ kam laut Schmiedbauer von Null auf 2 Mio. € Umsatz.

Verkaufshit Convenience

Seit 2011 sind Produkte für die flotte Küche zu Hause wie Steak (12,3%), Beiried (4,2%) oder Hühnerfleisch (3,5%) überdurchschnittlich stark am wachsen. Schon 2015 wurde in Österreich mehr Geld (+1,3%) für Fertigwaren im LEH ausgegeben. Zwar kochen über 60% der Befragten sehr gern und würden dabei auf frische Zutaten achten. Die Hälfte der Befragten gab jedoch an, nicht viel Zeit ins Kochen zu investieren (27%).

Nicht nur Vorgekochtes, auch vorgeschnittene Wurst und Schinkenprodukte, sogenannte Sliced Produkte, boomen. Von den durchschnittlich 140 €, die in Österreich für Lebensmittel ausgegeben werden, entfallen 26,8 € (19,1%) auf Wurst und Schinken.

Marktüberblick

Was im Bereich Convenience funktioniert, gilt jedoch nicht für die Branche insgesamt. Zwischen Jänner und September 2016 wurden 73.720 t Fleisch verkauft, fast drei Prozent weniger als in den Jahren davor, wo die Menge halbwegs konstant um die 105.000 t lag. Laut der AMA-Marktanalyse wurde am

Menschen essen seit Urzeiten Fleisch. Doch die stundenlange Fleischzubereitung über dem Lagerfeuer wurde von Bratpfannen und Öfen moderner Haushalte abgelöst. Die Möglichkeiten, in solchen Küchen Fleischgerichte zuzubereiten, vervielfältigten sich ins Unermessliche – und damit auch das Fehlerpotenzial. Die richtige Zubereitung einer Entenbrust mit Honig-Pfeffer-Soße lässt viele ratlos in die teuren Bratpfannen starren. Der Wunsch nach gutem Fleisch ist vorhanden, doch es zuzubereiten, trauen sich nur mehr wenige zu. Die Lösung: Convenience-Produkte. Im Portfolio von Fleisch- und Wursterzeugern in Österreich nicht mehr wegzudenken. Fertig- oder Halbfertigprodukte machen das große Rennen in den heimischen Supermärkten.

”

Konsumenten greifen bei Fleisch gern zu Produkten, die zu Hause, schnell und gelingsicher zubereitet werden können, legen aber Wert auf Qualität.

Thomas Schmiedbauer
Wiesbauer

Hunger nach Einfachheit

„Convenience wird groß“, prognostiziert auch Thomas Schmiedbauer, Geschäftsführer der Wiesbauer-Gruppe.

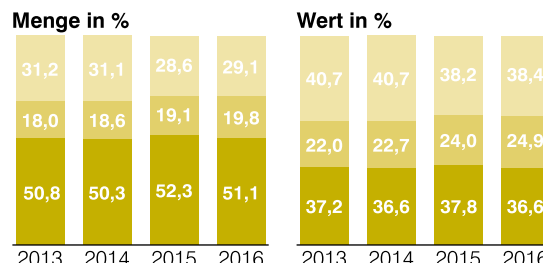
Als Antwort auf die verstärkte Nachfrage nach Produkten, die mit wenigen Handgriffen essfertig auf dem Teller dampfen,

“

Wurst & Schinken

SB-sliced in bester Entwicklung

● SB am Stück ● SB sliced ● am Stück mit Bed.



Quelle: RoI/AMA-Marketing, Feldarbeit: GfK Austria/Auswertung: KeyQuest Marktforschung