

**G**ute Nachrichten für die Fleisch- und Wurstbranche: Nach zwei Jahren mit rückläufigen Absätzen steigt der Konsum von Fleisch und Wurst in Österreich wieder an – um über zwei Prozent im ersten Halbjahr 2017. Und was noch besser ist: Weil der LEH den Herstellern Preiserhöhungen weitergab, stiegen die Erlöse gar um über sechs Prozent.

Doch Zurücklehnen und die Füße hochlegen, war wahrlich noch nie eine Option im Fleischgewerbe – zu viele Themen stehen auf der To-do-Liste. Wie ist auf die steigende Eigenproduktion des Lebensmittelhandels zu reagieren? Woher die Rohstoffe nehmen? Regionale Lieferanten werden jedenfalls immer wichtiger. Wie sieht es in Sachen Tierwohl aus und wie läuft es im Export?

#### Platzhirsch Wiesbauer

Die Wiesbauer Gruppe, mit ihrem Umsatz von 190 Mio. € einer der Platzhirsche im Osten des Landes, reagiert mit einer Offensive an Neuheiten. In der Sous Vide-Ränge kommt neues wie Entenbrustfilet, Pfandl-Schweinsbraten, Rinderbacken oder Wiener Wiesn-Stelze dazu. Außerdem eine Fülle an BBQ-Produkten, über slow cooked Spareribs, Pulled Pork, Beef und Turkey sowie Neuem für die heißen Theken im Handel, etwa Kümmelbraten oder Honigbraten.

Mitbewerber Radatz dreht derweil stark im Ausland auf: Neben Deutschland, wo mit Fixlistungen in großen Ketten Erfolge gefeiert werden, kam es auch zu Einlistungen im Handel im Adria-Raum. Mit Tierwohl-Initiativen und dem Fokus auf Premiumprodukte will Firmenchef Franz Radatz (der unlängst seinen 80er feierte) weiter re-

üssieren. Ebenso aufs Thema Tierwohl setzt man beim Oberösterreichischer Hütthaler, bei dem Verkäufe nach den neuen Tierwohl-Standards abgewickelt werden. Wobei man sich stets um weitere Vertragsbauern bemüht – derzeit sind es bereits 25. Aktuell wird an einem Schlachthof gebaut, der in Sachen Tierwohl ebenfalls alle Stückln spielen soll.

Der Schinkenspezialist Berger aus Sieghartskirchen legt in ähnlicher Manier einen Schwerpunkt auf Lieferanten aus der Umgebung. Beim Projekt „Regional-Optimal“ wird bloß Fleisch von Schweinen verarbeitet, die aus einem Radius von 50 Kilometern um das Werk herum stammen; die Palette umfasst bereits 13 Artikel und bewährt sich prima im Lebensmittelhandel. Die deutschen Nachbarn lieben indes besonders den Kochschinken von Berger.

Wobei Berger auch der Betrieb ist, der einen Großteil der Mengen für den wiedereingestiegenen Trüffel abwickelt. Der Wiener Traditionsbetrieb hatte das Handtuch geworfen und dann einen Neustart gewagt. Im nun endenden ersten Rumpffjahr rechnet Firmenchef Michael Trüffel bereits mit über fünf Mio. € Umsatz. Man konzentrierte sich künftig auf die starken Artikel, etwa auf die allseits bekannten Würstel, die über gute Listungen im LEH verfügen. Auch das Exportgeschäft soll wieder brummen, auch dank alter Kontakte in den arabischen Raum, die wieder aktiviert werden sollen.

#### Zeder will wachsen

„Luft für neues Wachstum schaffen“ – so lautet die Devise beim Tullner Wurst darm-Spezialisten Zeder: Im kommenden Jahr wird das Unternehmen einen neuen Zubau mit rund 500 Paletten-

plätzen realisieren, samt durchgängigem Bar-Code-System und einer großzügigen Vorplatzüberdachung. Außerdem habe man fürs kommende Jahr drei neue Kunstdarm-Produkte in petto.

Bei der Erzeugergenossenschaft Gut Streitdorf kann man mit einem richtig großen Wurf aufwarten: Die Vermarkter aus Niederösterreich rechnen heuer mit einem neuen Umsatzrekord, der sage und schreibe rund 240 Mio. € betragen soll. Das meiste davon macht der Schweinehandel aus, bei dem sich die Situation sowohl bei den Mengen als auch bei den Preisen erholt hat. Das gemeinsam mit dem Großhändler Kastner entwickelte Projekt donauland Schwein entpuppt sich als 1a-Erfolgsgeschichte; die Zwettler setzen mittlerweile 1.200 t im Jahr davon ab.

”

*Tierwohl, Exporte, Rohstoffbeschaffung und die steigende Eigenproduktion des LEH sind die Top-Themen der Fleischbranche.*

“



© Panthermedia.net/luri Sokolov

#### Woher das Fleisch kommt

##### fTRACE bald in Österreich?

Es ist ein herausforderndes Thema, das besonders all jene Fleischunternehmen betrifft, die ihre Ware in Deutschland verkaufen. Denn der riesige Nachbarmarkt setzt in der Palette Transparenz auf der gesamten Wertschöpfungskette voraus. Möglich macht das die sogenannte Full End-to-end-Traceability von GS1. Mit der Anwendung fTRACE

wird die geforderte lückenlose Rückverfolgbarkeit gewährleistet. Eine Datenbank verknüpft alle nötigen Daten aus der Handels- und Konsumentenwelt mit der nötigen Rechtssicherheit. Das Produkt wird mit einem eigenen Barcode, dem der GS1 Standard zugrundeliegt, versehen. Auch in Österreich könnte fTRACE bald zum Einsatz kommen.