



Eierfreunde
Michael Blass (GF der AMA-Marketing), LK-Präsident Hermann Schultes, Madeleine Petrovic (Obfrau der Österr. Eierdatenbank) und Franz Kirchweger (Obmann der Erzeugergemeinschaft Frischei) machen auf das „Österei“ aufmerksam.

Die weiche Schale beim harten Ei

Beim Ei zählen für Konsumenten die emotionalen Kriterien wie Herkunft und Tierwohl mehr als der Preis.

••• Von Christian Novacek

WIEN. Ostern ist der Höhepunkt für die österreichische Eierproduktion. Von den 235 Eiern, die Herr und Frau Österreicher im Jahresdurchschnitt schmausen, wird rund ein Zehntel rund um das Fest der Auferstehung verspeist. Der Osterhase darf dabei auf ein reines Gewissen pochen: Jene Eier, die im Supermarkt gekauft werden, sind erstens heimisch und zweitens via Eierdatenbank qualitativ dingfest gemacht.

„Der Lebensmittelhandel verkauft ausschließlich *österreichische* Eier“, sagt entsprechend Franz Kirchweger, Obmann der Erzeugergemeinschaft Frischei. Vor 20 Jahren hätte das anders ausgesehen – Themen wie glückliche Hühner waren dem Konsumenten damals eher schnurz. „Das war eine lange Entwicklung, hier das richtige Bewusstsein zu schaffen“, er-

gänzt Madeleine Petrovic, Obfrau des Vereins Österreichische Eierdatenbank. Aber heute habe man es tatsächlich geschafft, dass in Sachen Ei dem Konsumenten Tierwohl und Qualität

vorrangiger sind als der Preis – was umso wichtiger ist, als die heimischen Landwirte durchaus unter internationalem Preisdruck stehen. Der ist dann auch spürbar, allerdings ist er mehr

ein Problem beim verarbeiteten Ei. Petrovic: „Die Landwirtschaft will mit billigen Eiern aus dem Ausland gar nicht wetteifern.“ Und im Nachsatz: „Wenn Sie sich eine dieser ausländischen Riesenproduktionsanlagen anschauen – das ist echt grauslich!“

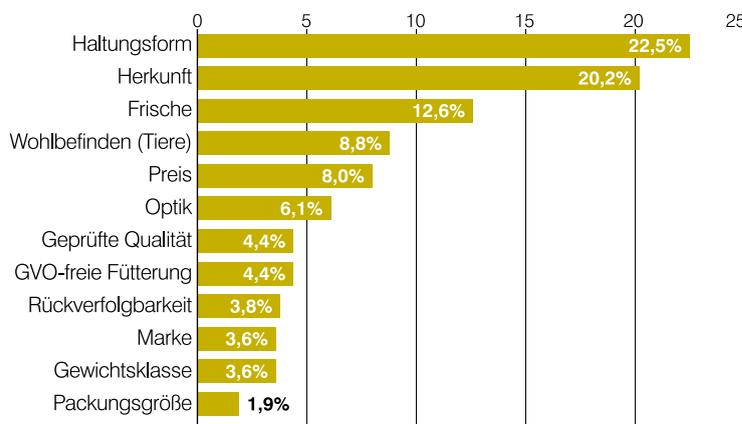
Das Ei im Wachstum

Im vergangenen Jahr wurden von den heimischen Haushalten laut RollAMA 756 Mio. Frischeier im Wert von 186 Mio. € gekauft. Der Eiereinkauf im Lebensmitteleinzelhandel stieg 2017 um knapp zehn Prozent; alternative Bezugsquellen wie Ab-Hof-Verkauf oder Zustellung haben parallel dazu an Bedeutung verloren.

Den Löwenanteil nach Haltungformen nimmt mengenmäßig die Bodenhaltung mit 63% ein, wertmäßig beträgt der Anteil 50%. 24% der Menge bzw. 28 des Werts entfallen auf Freilandhaltung, knapp 13% auf Bio-Haltung. Wertmäßig beträgt der Bio-Anteil 22%, mit steigender Tendenz. Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing, zu den Trends in Sachen Ei: „Bereits ein Fünftel der Konsumenten interessiert sich auch für die Haltung.“ Und auch bei den Eiern im verarbeiteten Lebensmittel sei das Interesse an der tadellosen Herkunft merklich gestiegen: „Der Konsument interessiert sich nicht nur für den Preis“, resümiert Blass.

Haltung und Herkunft sind wichtig

Der Preis ist beim Eierkauf nicht das Maß der Entscheidung
Auf welche Kriterien achten Sie besonders beim Kauf von Eiern?



n=475; Quelle: Onlinebefragung marketagent.com/AMA-Marketing, November 2017