

Vivatis-Gruppe, was sich unter anderem in der jüngsten Mitarbeiterbefragung aus dem Jahr 2022 widerspiegelt.

Mehrbelastung

Während so manches Problem der Branche hierzulande durchaus gelöst werden könnte – Stichwort Arbeitsmarktreform –, ist man bei Themen wie etwa den wegen des russischen Angriff auf die Ukraine steigenden Energiekosten nur Zuschauer. Der Gruppe entstehen durch den anhaltenden Krieg hohe Mehrkosten. „Das Thema Energie und Rohstoffe betrifft ja viele. Normalerweise haben wir zwischen zehn und 20 Millionen Euro Mehrkosten, für 2023 prognostizieren wir 150 Millionen. 80 bis 90 Millionen sind alleine die Rohstoffe“, erklärt Hackl. Er



© Christian Huber Fotografie

”

Die Wertschöpfung soll in Österreich geschehen. Das heißt nicht, dass im Ausland alles schlecht ist, aber wir sollen unsere Lebensmittel auch hier herstellen.

“

rechnet vor: Statt einen mittleren sechststelligen Betrag kosten die Speiseöle jetzt mehrere Millionen. Strom kostet beinahe das Zehnfache, Gas das Fünf-, Sechsfache – „das kannten wir bislang nicht, das sind ganz neue Dimensionen. Es bedarf vieler Gespräche mit unseren Kunden. Aber wir müssen das weitergeben.“

Er möchte allerdings mit dem Mythos aufräumen, dass sich die Lebensmittelbranche in der Krise eine goldene Nase verdient: „Wir haben das Budget reduziert und werden nicht so viel verdienen können. Jedoch muss ich das verdienen dürfen, was ich für Mitarbeiter, Anlagen, Aus- und Fortbildung oder Technologie reinvestieren muss. Oft heißt es: Wir schaffen uns ein Körbergeld.“ Es sei ihm bewusst, dass es für einige Menschen eng sei, und ein Brot, das statt einem Euro nun 1,40 € kostet, ist um 40 % teurer. Aber vor fünf, sechs Jahrzehnten hätten die Menschen bis zu 50 % ihres Haushaltsgelds für Lebensmittel ausgegeben, nun wären es rund zehn Prozent: „Für Alkohol, Tabak oder Lotterie wird verhältnismäßig wesentlich mehr ausgegeben. Da ist der Fokus ein falscher, wenn es dann heißt: Ihr bösen Lebensmittelproduzenten.“

Er erinnert zudem daran, wie viele Menschen vom Rohstoff bis zum Kauf im Supermarkt an

der Wertschöpfungskette beteiligt sind – da wären einige Preissteigerungen bei den Produkten schon verständlich.

Die Vivatis-Gruppe und andere in der Branche verstünden sich als Partner, gegenüber Kunden und Menschen. Preise mittels Gießkannenprinzip zu erhöhen, das wolle man nicht; dort, wo es sein muss, müsse es eben sein.

Auch hier gelte wieder: Lebensmittel und deren Preissteigerungen stehen mehr im Fokus als etwa gestiegene Preise für Autos: „Das Problem ist zu einem Großteil hausgemacht, denn schließlich haben wir ja die Konsumenten zu Schnäppchenjägern erzogen, mit 1+1-Gratisaktionen auf den allgegenwärtigen Flugblättern, Rabatten und Co. Ich persönlich finde die Diskussion nicht immer angemessen, weil die Steigerungen natürlich spürbar, aber dennoch großteils moderat sind.“

Blick in die Zukunft

Was verrät ein Blick in die Zukunft? „Ich bin ein grenzenloser

Die Struktur der Vivatis-Gruppe

International aufgestellt

Die Vivatis Holding AG ist eine Tochter der Raiffeisen Landesbank Oberösterreich und generierte 2022 über eine Mrd. € Umsatz. Rund 3.400 Mitarbeitende sorgen in 25 Konzerngesellschaften dafür, dass die 33 Marken an die Konsumenten kommen. Neben dem Kernmarkt Österreich gibt es Niederlassungen in Deutschland, Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Rumänien und Italien. Die Exportquote beträgt 20%.

Starkes Markenportfolio

Neben Nahrungsmitteln wie von Maresi oder Wojnar's ist man im B2B-Bereich tätig (u.a. Senna, Karnerta) sowie mit Gourmet in der Gemeinschaftsverpflegung. Vivatis bietet Dienstleistungen in der Tierkörperverwertung (Purea, TKV, Ecofly) sowie mit Daily in der Logistik an. Zudem hält man 22,32% am Lebensmittelgroßhändler VOG, zu dem u.a. die Weinkellerei Lenz Moser und der Rapsöl-Produzent Rapso gehören. Die Gruppe verfolgt eine Qualitäts- und Wachstumspolitik, basierend auf Branchenerfahrung, Fachkenntnissen und einer produktiven Beziehung zu Kunden, Partnern und Mitarbeitern.

Optimist“, sagt Hackl. „Wichtig ist eine baldige friedliche Lösung in der Ukraine, auf die ich sehr hoffe. 2023 wird sicher ein schwieriges Jahr, weil viele Kosten aus 2022 erst wirksam werden.“ Die Inflation werde auch noch einige Zeit hoch bleiben, das bringe Unsicherheit, wie es weitergeht.

„Zusammenhalt ist für mich in Österreich das Gebot der Stunde“, führt er aus. „Wir selbst haben die Milliarden-Umsatz-Marke geknackt, da gilt es weiter dranzubleiben. Man lernt in jeder Krise, nicht nur wir, sondern auch viele andere. Gerade jetzt braucht es Leadership – wenn die Sonne scheint und das Meer ruhig ist, ist der Kapitän – und wir haben 30 Geschäftsführer in der Gruppe – selten auf der Brücke. Bei schlechtem Wetter und rauer See braucht es die Managerinnen und Manager, die ruhig bleiben und Zuversicht geben.“ Denn: Irgendwann lege sich jeder Sturm – die Hoffnung auf „eine krisenfreie bzw. krisenfreie“ Zeit lebt.