

und 2023 standen noch unter dem Einfluss der hohen Energie- und Rohstoffpreise: „Dadurch kam es in den Gewächshäusern zu späteren Auspflanzungen, und die Erntesaison wurde im Herbst früher beendet. Das führte zu rückläufigen Erntemengen und zu steigenden Preisen, die teilweise an den Handel weitergegeben werden mussten.“ Wie wurde darauf reagiert, wo steht man mittlerweile?

Premium weniger gefragt

Die hohe Inflation führte zusätzlich zu Preissteigerungen für den Konsumenten, was wiederum zu einer gewissen Kaufzurückhaltung besonders bei Premiumprodukten führte. „Standardprodukte haben besser performt, wobei aber auch der Aktionsanteil im Handel gestiegen ist“, berichtet Peck. 2023 habe man sich

”

In der Gemüsehauptsaison können wir die Nachfrage gut mit Gemüse aus Österreich abdecken. In der Vor- und Nachsaison ist dies natürlich nicht möglich.

Josef Peck
LGV Sonnengemüse

“

dann folglich auf Effizienzsteigerungen beim Anbau und auch in der Vermarktung konzentriert – mehr Standardprodukte, weniger Anbauversuche anderer Sorten. Im Klartext: Gurken, Paprika und Tomaten, mit einer großen Sortenvielfalt. Die Erzeugergemeinschaft „achtet weiter auf



© www.zweischrittwirtschaft.at (2)



Familie Die 133 Mitglieder sind Familienbetriebe, teilweise schon in dritter und vierter Generation. Bianca Schmidt (l.) baut in Simmering Paradeiser an; Lisa Thell aus dem Seewinkel/Pamhagen bringt Paprika in die Küchen Österreichs.

Geschmack und Inhaltsstoffe. Regionalität ist nach wie vor gefragt und wird auch weiterhin von unseren Partnern im LEH forciert. Regionalität muss aber *mehr* sein als nur die Produktion in Österreich.“

Neben Regionalität ist auch Gemüse in Bio-Qualität ein Thema. Allerdings stehe dies in Zeiten wirtschaftlicher Herausforderungen nicht so im Vordergrund. Hinzu komme, dass die Menge an Bio-Gemüse im Verhältnis zur Gesamtproduktion eher gering ist, aber „die Anzahl der kultivierten Bio-Gemüsesorten wie zum Beispiel Rispenparadeiser, Datterino, Salate, Stangensellerie, Zucchini, Melanzani, Feldgurken, Paprika, Radieschen, Frühkartoffel, etc., ist durchaus umfangreich“.

Aber produziert Österreich insgesamt genug? Denn hierzulande ist über das Jahr die Nachfrage nach Frischgemüse höher als das Angebot an Produktion.

Gemüsesaison verlängert sich „In der Gemüsehauptsaison können wir die Nachfrage relativ gut mit Gemüse aus Österreich abdecken. In der Vor- und Nachsaison sowie in den Wintermonaten ist dies natürlich nicht möglich“, sagt er.

Es mag seltsam klingen, aber der Klimawandel werde sich für den Gemüseanbau vermutlich in einem ersten Schritt eher positiv auswirken: „Einerseits haben wir in Österreich genügend Wasser, und andererseits können durch höhere Temperaturen im Frühjahr und Herbst die Saisons verlängert werden. Mittelfristig werden Gemüsesorten gedeihen können, die im Moment eher südlichere Anbauflächen bevorzugen. Vielleicht kann aber durch den Klimawandel bei einigen bereits heimischen Gemüsesorten die Gemüsesaison verlängert werden.“

Langfristig werde der Klimawandel aber auch andere Herausforderungen mit sich bringen, die die Produzenten dann auch zum Umdenken zwingen würden.

Regionales im Vorteil

Die Vorteile der heimischen Gemüsekultivierung – Frische, Reife, Geschmack, Versorgungssicherheit – sollen aber immer gelten. Dazu gehöre aus seiner Sicht auch die richtige Kommunikation.

„Die Konsumenten sind zwar kritisch, aber auch anspruchsvoll genug, um die Vorteile der regionalen Produktion zu erkennen“, zeigt er sich erfreut. Auch

wenn es aufgrund der bekannten Krisen einen kleinen Dämpfer gab, zeigt man sich überzeugt, dass sich „Regionalität, Frische, Qualität und Geschmack langfristig durchsetzen werden“. Was erwartet sich Peck also für dieses Jahr?

„Wir rechnen auch in der Gemüsesaison 2024 noch mit einer stärkeren Nachfrage an Standardprodukten gegenüber Premiumprodukten“, wobei der Absatz Letzterer vermutlich leicht steigen werde.

Der Trend zu weniger Fleisch dürfte die Nachfrage nach Frischgemüse ebenfalls steigen lassen. Peck: „Wir werden unsere Nachhaltigkeit in Produktion und Vermarktung verbessern, die Marktentwicklungen im Auge behalten, um auch zukünftig Highlights und Innovationen in der Produktrange zu setzen.“

Umsatzanteil pro Sorte

Gemüse	2023	2022
Paradeiser	30%	29%
Paprika	22%	23%
Gurken	24%	24%
Blattgemüse	4%	5%
Kräuter	8%	7%
restliche Sorten	12%	12%

Quelle: LGV Sonnengemüse