



© APN/dpa-Zentralbild/Jean Woitas

„Wertschätzung für Qualität sicherstellen“

Worauf setzen die Kunden beim Fleisch in diesem Sommer – und wie verhalten sie sich im Kontext von Teuerung und Qualität?

•• Von Georg Sohler

Österreich liebt Fleisch und Fleischprodukte. Im Jahr isst der durchschnittliche Österreicher knapp 60 kg Fleisch und liegt damit deutlich über dem weltweiten Durchschnitt, der etwas mehr als 30 kg beträgt. Zwar nimmt der Fleischkonsum leicht

ab – zwischen 1995 und 2020 lag der Wert zum Teil sehr deutlich über 60 kg pro Kopf –, aber vor allem im Sommer gehört eine Grillerei für viele einfach dazu.

Auch vegane und vegetarische Alternativen werden vermehrt angeboten und auch Hersteller, die grundsätzlich Fleischprodukte verkaufen, bringen diese Produkte auf den Markt. Doch Fleischalternativen sind nicht

das Einzige, was die Konsumenten gerne auf den Grill bzw. den Tisch bringen, wie ein medianet-Rundruf zeigt – wichtig ist, die Zeichen der Zeit zu erkennen.

Vegan und regional

Der niederösterreichische Hersteller Berger Schinken etwa brachte rechtzeitig zur diesjährigen Grillsaison zu 100% pflanzliche Rostbratwürstel auf

den Markt. Diese gibt es auch mit „Berg-Gaudi“-Käse vom Herzogenburger Start-up Wunderkern. Die Würstel auf Erbsenbasis richten sich an Veganer ebenso wie Flexitarier.

Im Traditionsunternehmen Berger Schinken spielt das Grillen traditionell eine zentrale Rolle: Neben dem namensgebenden Schinken steht das Grillgeschäft an zweiter Stelle