



Kurze Transportwege und Frische sind nicht nur im Obst- und Gemüsebereich gefragt. Die Euro-Krise lässt die Nachfrage eher noch steigen.

Foto: VN-Archiv/Kamper

Bio-Markt bringt eine Milliarde

Lebensmittel aus der Region sind immer mehr gefragt. Sechs Prozent stammt aus biologischem Anbau.

eine Milliarde Euro mit Bio-Produkten um.

Die Experten, die gestern anlässlich der Veranstaltung „ibet 2010“ im Bregenzer Festspielhaus unter der Moderation von Kurt Horwitz (VN) Zukunftspotenziale für heimische Ware aufzeigten, sind von einem wachsenden Markt überzeugt. „Die anfangs belächelte Bio-Schiene hat voll eingeschlagen“, erklärt Martina Hörner, Geschäftsführerin der größten heimischen Bio-Marke. Bereits jetzt ist Österreich mit einem Anteil von sechs Prozent am Gesamt-Lebensmittelumsatz weltweit Spitzenreiter. „Gerade für eine kleine Agrar-Nation wie Österreich liegt darin ein große Chance“, ist Hörner überzeugt.



Die heimischen Lebensmittelproduzenten setzen auf Regionalität und immer stärker auch auf Bio-Produkte.

400 Tonnen Heumilch werden jährlich von Österreichs Landwirten produziert.

270 Bauern sind in Vorarlberg im Bio-Verband Vorarlberg registriert.

8000 Bauern sind in Österreich an der Heumilch-Initiative beteiligt.

Paradebeispiel Heumilch Damit aber heimische Erzeuger von diesem Trend profitieren können, sind neue

Vermarktungsformen und Kooperationen notwendig. Ein Paradebeispiel für eine gelungene Zusammenarbeit, ist die Heumilch-Initiative, **Die Euro-Krise hat die Bio-Schiene eher sogar noch gestärkt.** MARTINA HÖRNER

an der 8000 Bauern in Österreich sowie 60 Unternehmen beteiligt sind. Darunter auch Dutzende aus Vorarlberg. Bei der Erzeugung und Verarbeitung von Heumilch handelt es sich um die ursprünglichere Form der Milchwirtschaft. Das heißt, dass die Fütterung der Milchkuhe der jeweiligen Jahreszeit angepasst ist. Die im Vorjahr gestartete Initiative entpuppte sich als

Erfolg. Mittlerweile umfasst das Heumilch-Sortiment im österreichischen Handel weit mehr als 400 Produkte. Für Koordinator Andreas Geisler liegt gerade in der Kleinheit der Betriebe und der Vielfalt die Stärke der Kooperation. „Für kleine Produzenten ergeben sich dann Marktchancen, wenn der Mehrwert eines Produktes den Verbrauchern erfolgreich kommuniziert werden kann.“ Den Verbrauchern sind dabei Marken wichtig.

Marktchancen nutzen Deshalb sind die Experten auch von neuen Marktchancen überzeugt. Denn Bio vermittelt auch ethische Werte und steht für Nachhaltigkeit. Das gesamte Marktpotenzial wird mit rund 15 Prozent eingeschätzt.

DIETMAR HOFER
redaktion@vvn.vd.at, 05572/501



Slow-Food-Obfrau Barbara van Melle genoss den Wälder Käse.



Links Hans Steiner (Fohrenburg), Peter Hamdinger (Agrarmarkt Austria)



Bernhard Zauner (Amt der Landesregierung), Gebhard Bechter (Landwirtschaftskammer)



Peter Dünser, Obmann Sennerei Schnitts.



V. L.: Thomas Nussbaumer (Rupp AG), Andreas Stelzl (Jai Natürlich) und Alexander Kapppauer (Sutterlity)



V. L.: Ibet-Veranstalter Dieter Bitschnau(wiko); Karl Neuhofner, Obmann ARGE Heumilch Österreich, LR Erich Schwärzler und Andreas Geisler, Marketing-Offensive Arge Heumilch



Referenten-Trio (V. L.): Barbara van Melle, Andreas Geisler, Martina Hörner.

▼ INTERVIEW

„Einkaufen ist ein politischer Akt“

In Bregenz unterstrichen Sie gestern die Wichtigkeit von Slow Food. Welchen Stellenwert hat für die Obfrau der



Organisation das „langsame Essen“ für den regionalen Markt? **BARBARA VAN MELLE:** Es geht nicht nur um das Genuss- und Geschmackerlebnis, sondern um die Erhaltung regionaler Strukturen und der Lebensmittelproduktion als Handwerk. Jeder entscheidet selbst, ob er auf heimische Qualität setzt oder auf industrielle Massenprodukte. Deshalb ist Einkaufen auch ein politischer Akt.

Was hat Einkaufen mit Politik zu tun?

BARBARA VAN MELLE: Der Konsument entscheidet letztlich, welches System er unterstützt. „Slow Food“ will das Bewusstsein für das Regionale stärken. Die Menschen haben ein Recht auf Geschmack und Genuss und auf Sorten- und Artenvielfalt. Die aber verschwindet durch die Industrialisierung immer mehr. In den letzten 100 Jahren etwa sind in Europa 75 Prozent aller Sorten verschwunden. Geht es so weiter, bleibt der Einheitsbrei übrig.

Was kann ein Land wie Vorarlberg dazu beitragen?

BARBARA VAN MELLE: Das Ländle zeigt in vielerlei Hinsicht Pioniergeist. Gerade was Nachhaltigkeit und Ökologie betrifft. „Slow Food“ entstand vor 20 Jahren – auch deshalb, weil sich Vorarlberg stark engagierte. Das Ländle stellt mit dem Bregenzerwälder Bergkäse auch ein Arche-Produkt.

Infos zur Non-Profit-Organisation unter www.slowfoodaustria.at

ibet



Partner: