



VEREINIGUNG ÖSTERREICHISCHER MILCHVERARBEITER

Is(s)t Österreich besser ?

Unsere Qualität hat ihren Preis

Mag. DI Johann Költringer
Geschäftsführer der VÖM

Wintertagung 2014
Grünland- und Viehwirtschaft
Aigen im Ennstal, 23. Jänner 2014

Qualität als Erfolgsfaktor - Landwirtschaft

- Österreichs Milchwirtschaft ist kleinstrukturiert

Ø Kuhanzahl	- Österreich	15,7
	- Deutschland	45,0
	- Niederlande	73,0
	- Dänemark	117,1
	- Tschechien	175,0

- 75 % der österreichischen Milch aus Berggebiet und benachteiligtem Gebiet
- Rohmilchqualität: strenger bei Keimzahl und Zellzahl

Qualität als Erfolgsfaktor - Landwirtschaft

- hohe Tierschutz- und Umweltschutzstandards
- Fütterung: 100 % GVO-frei
- hoher Grünlandanteil
- hoher Bioanteil und „Spezialmilchsorten“ z.B. Heumilch, Wiesenmilch,..
- Qualitätssicherungssysteme
- strenge Kontrollen
- für Umsetzung der Qualitätsstrategie braucht der Landwirt einen verlässlichen und starken Partner, der diese Strategie umsetzt

Qualität als Erfolgsfaktor in der Milchwirtschaft - Molkerei

- Qualitätssicherungssysteme:
 - IFS
 - AMA
 - andere

- hohe Produktionsstandards:
 - Codex Alimentarius Austriacus
 - AMA
 - Bio

- hohe Sachkenntnis der Mitarbeiter

- moderne technische Ausstattung in Molkereien

- hoher Aufwand in Logistik

Qualität als Erfolgsfaktor in der Milchwirtschaft - Molkerei

- Innovation bei Produkten
- hohe Verarbeitungs- und Produktqualität
- Rückverfolgbarkeit und gesicherte Herkunft
- Qualität als integraler Bestandteil der Marken
- regionale Spezialitäten
- Österreichische Qualität sichert Arbeitsplätze
- viele nationale und internationale Prämierungen

Qualität als Erfolgsfaktor in der Milchwirtschaft - Handel

- Handel als Partner notwendig
- Bekenntnis des Handels zur österreichischen Qualitätsstrategie notwendig
- Handels- oder Herstellermarken ?
- höhere Qualität verursacht höhere Kosten
- höhere Qualitätsstandards müssen abgegolten werden, auch in Zeiten höherer Preise
- Weiterentwicklung von „Best-Preis-Garantie“ zu „Best-Qualitäts-Garantie“

Qualität als Erfolgsfaktor in der Milchwirtschaft - Konsument

- Konsument hat viele Ernährungs- und Gesundheitsthemen
- Konsument hat weniger Zeit
- Konsument hat große Auswahl
- Konsument hat viele unsteuerbare Informationsmöglichkeiten
- Konsument entscheidet beim Einkauf


Qualität als Erfolgsfaktor in der Milchwirtschaft - Konsument

- Konsument wünscht sich hohe Produktqualität
- Konsument wünscht sich geprüfte Herkunft
- Konsument verlangt nach mehr Informationen und Transparenz
- Umgang mit organisierten Interessensgruppen (AK, VKI, NGO`s, Tierschutzorganisationen, Umweltgruppen, Ernährungsaposteln,...)
- Österreich bietet glaubwürdige und herzeigbare Qualitätsstandards
- Österreichische Konsumenten erhalten höchste Qualität

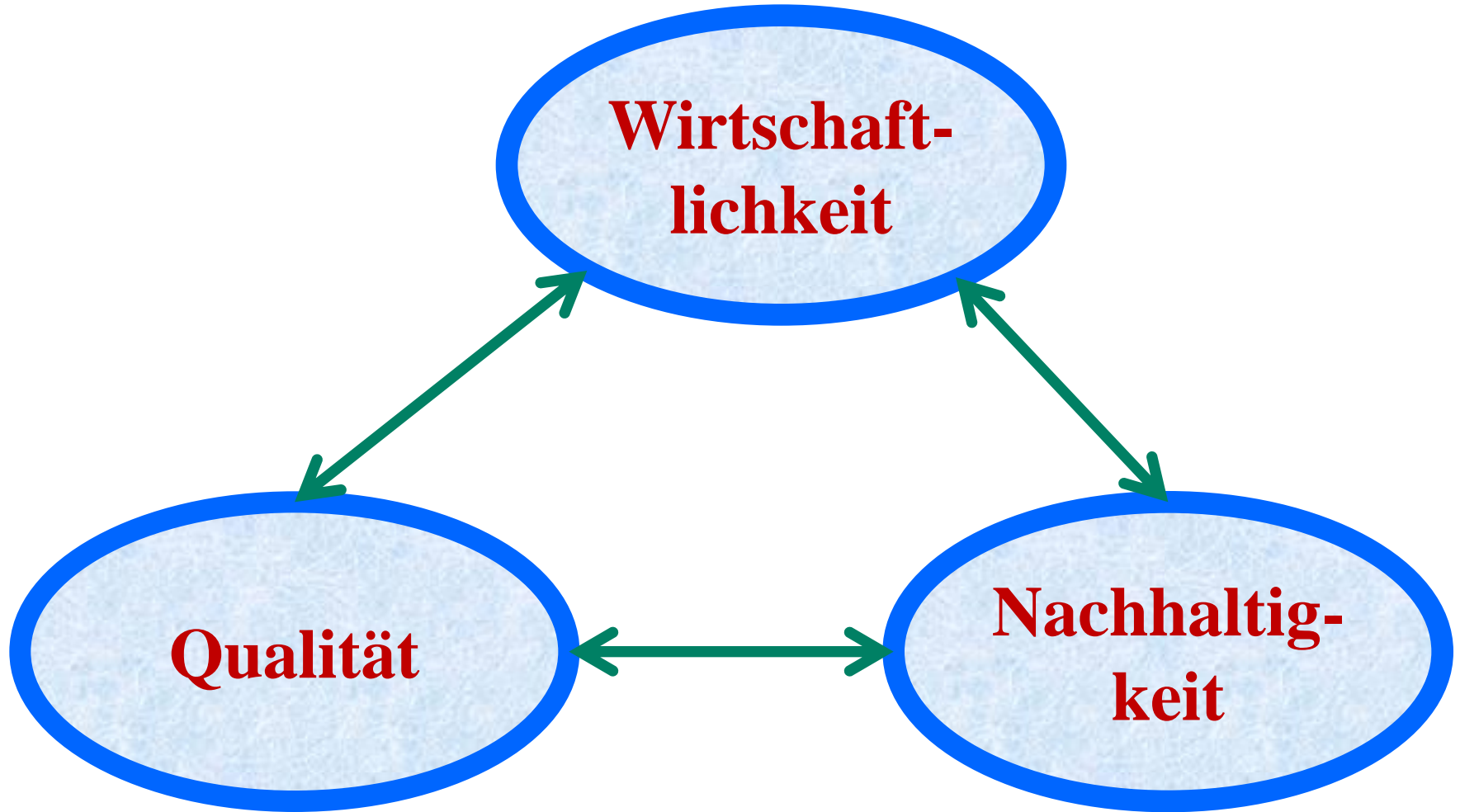
Österreichische Qualität: Wer steht dafür ?

- 33.300 Milchbauern
- 4.550 Mitarbeiter in Verarbeitungsbetrieben
- Handel
- vor- und nachgelagerte Bereiche
- Schulen, Ausbildungseinrichtungen, Universitäten, Behörden
- Konsumenten

Qualität hat seinen Preis

- Mehrkosten bei Produktion am Bauernhof
 - Mehrkosten bei Transport
 - Mehrkosten in Verarbeitung
 - Mehrkosten bei Kontrolle
 - Mehrkosten im Handel
-  **Mehrwert für Konsumenten**

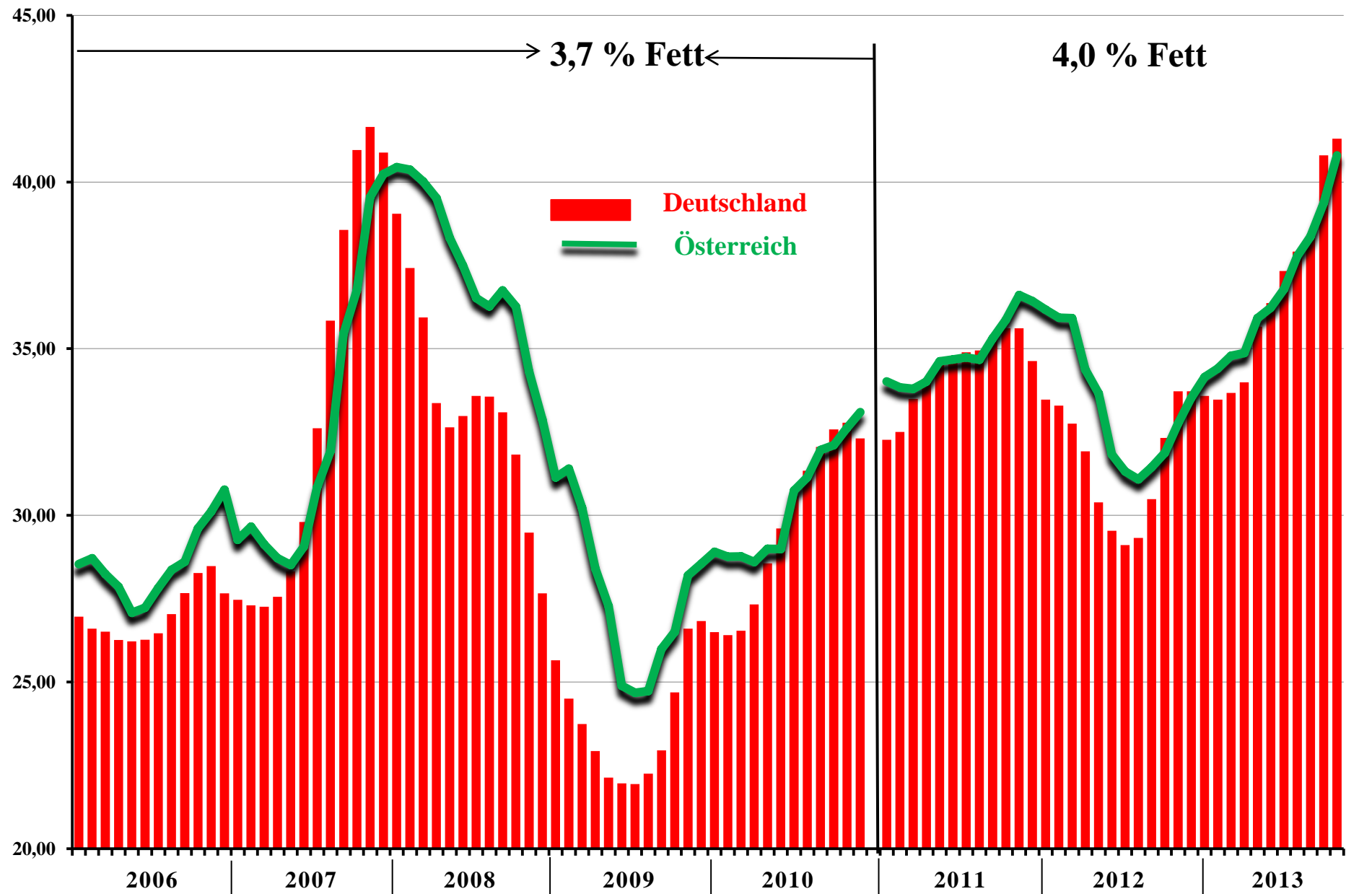
Erfolgsfaktoren in der Milchwirtschaft



Diese 3 Prinzipien müssen entlang der gesamten Lebensmittelkette gegeben sein

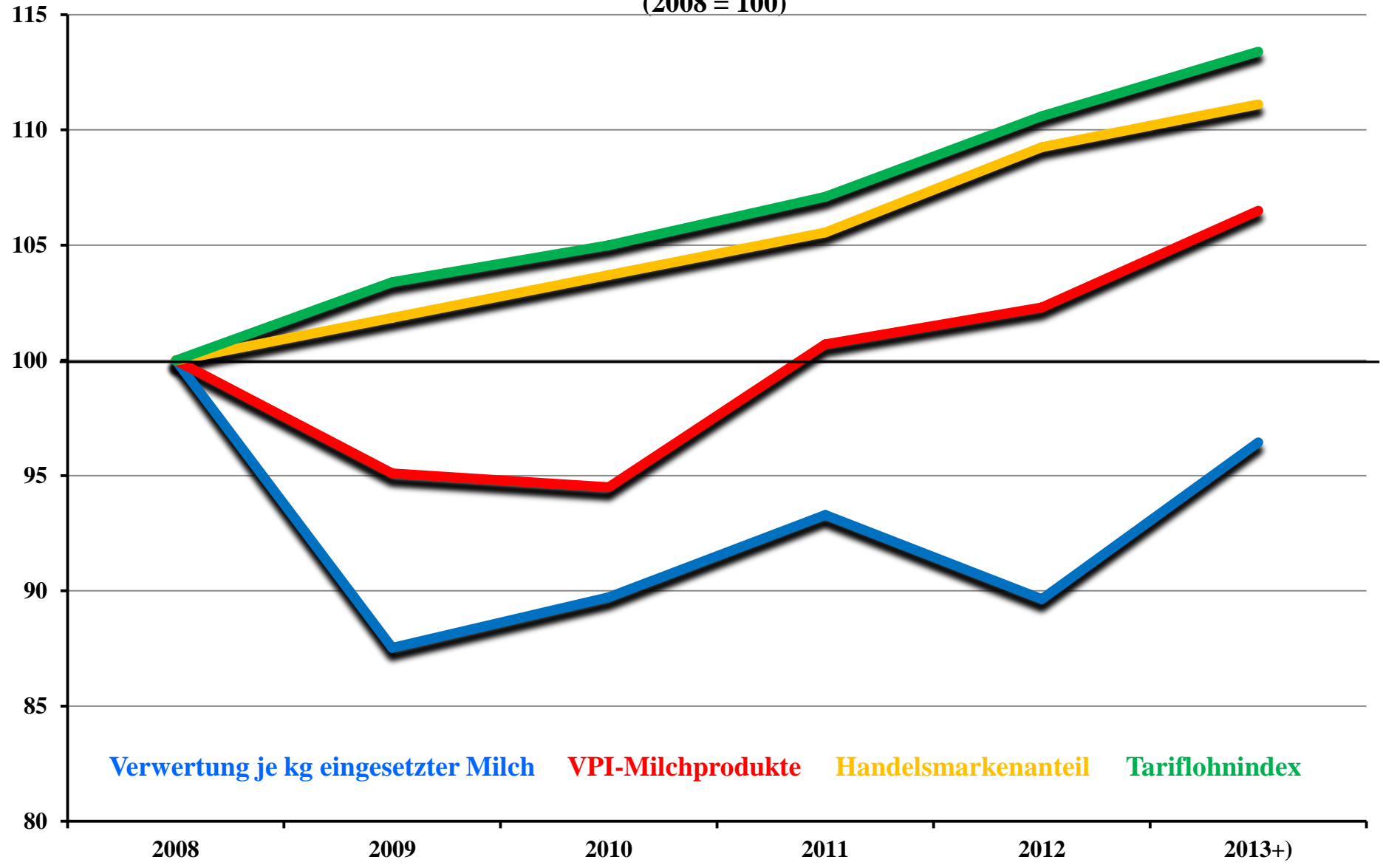
Milcherzeugerpreise in Deutschland und in Österreich von Jänner 2006 bis November 2013

(ab Hof, ohne Mehrwertsteuer, in €/100 kg)



Entwicklung des Verbraucherpreisindexes für Milchprodukte, der Verwertung je kg eingesetzter Milch, des Handelsmarkenanteils und des Tariflohnindexes

(2008 = 100)



+) vorläufig

Schlussfolgerungen

- Österreichische Milchwirtschaft produziert höchste Qualität
- Qualitätsstrategie fordert alle Stufen der Lebensmittelkette
- Handel als Partner wichtig
- nachhaltige und ehrliche Konzepte gefragt
- Mehrkosten für Qualitätsproduktion müssen abgegolten werden

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

<http://milch.or.at> oder <http://voem.or.at>