



13. Wintertagung für Grünland und Viehwirtschaft

16.02.07, Aigen im Ennstal

Vermarktung, Fleischqualität und Strategien bei Verarbeitungs- rindfleisch



13. Wintertagung – ESCA Food Solutions



- **Esca - Enns**
 - Produzent von Rindfleischprodukten für McDonald´s
 - ca. 6-7.000 to Rindfleisch aus AT
 - davon ca. 2.000 – 2.500 to in den Export
 - z. B. von Hamburger und Hamburger Royal



13. Wintertagung - AGENDA

1) Analyse der Entwicklung

2) Verbrauchererwartung

3) Strategie

4) Qualitätskriterien

5) Kommunikation

6) Beispiele von Strategien und Vorteile



13. Wintertagung – 1) Analyse

- Ereignisse der letzten Jahre
 - Dioxin im Schweinefett
 - Nitrofen im Futtermittel
 - Chloramphenicol im Fischmehl
 - Hormon MPA im Futtermittel
 - Dioxin im Futterfett (Belgien)
 - Dioxin im Futtermittel (Thüringen)



Reaktionen

- Reaktion der Gesellschaft
- Reaktion der Politik -> Gesetzgebung
- Reaktion der Wirtschaft



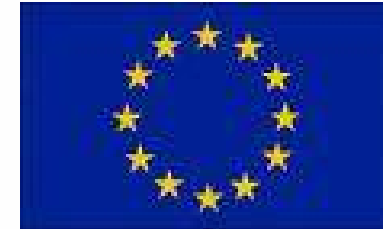
13. Wintertagung – 1) Analyse

- Reaktion der Gesellschaft
 - Vertrauen in die Lebensmittelkette
 - Ängste und Sorgen um eigene Gesundheit
 - Forderung nach Produktsicherheit



13. Wintertagung – 1) Analyse

- Reaktion der Politik



- Änderung in Gesetzgebung

- EG VO 178 / 2002 – Allgemeine Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechtes
 - EG VO 183 / 2005 - Futtermittelhygieneverordnung



13. Wintertagung – 1) Analyse

- Reaktion der Wirtschaft
 - Eigene präventive Maßnahmen zur Absicherung der Lieferkette

- QS



- MAAP



13. Wintertagung – 2) Verbrauchererwartung



- Qualitätssicherung und zukünftige Markttrends
 - Hohe Preiswürdigkeit
 - Nutzen von Synergien
 - Premiumqualität
 - Spezifische Systemanforderung
 - Wellness Nutzen
 - beim Fleischkonsum
 - Convenience Nutzen
 - Geringerer Zeitaufwand (während Arbeitswoche)
 - Angebots Vielfalt „Variety Seekers“
 - Trotz Zufriedenheit ständig auf der Suche nach etwas Neuem



13. Wintertagung – 3) Strategie



MARKE



13. Wintertagung – 3) Strategie



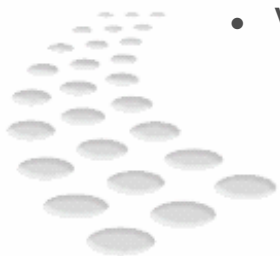
Wir schaffen eine:

- **Transparente** Marke, mit der Basis
- **robuster** Qualitätskriterien, welche die
- **Verbrauchererwartung**, in ihrer
- **Vielfältigkeit**, abdeckt



13. Wintertagung – 3) Strategie

- Die Marke – Aufgabe
 - Transparent – Was steckt dahinter?
 - Vertrauensbildend – Bedürfnisse erfüllt, auch in Krisenzeiten?
- Die Marke – Beispiele
 - Verarbeitung
 - Nordtiroler (Fa. Handl)
 - Bergsteiger (Fa. Wiesbauer)
 - „M-Kuh“ (McDonald's)
 - Frischfleisch
 - AMA – Gütesiegel (AMA)
 - Premium Stier (ARGE Rind)
 - Van Drie Group (Weltmarktführer Kalbfleisch)
 - Viandella (ESCA / ARGE Rind)



13. Wintertagung – 4) Qualitätskriterien

- Standard -Inhaltliche Anforderungen:
 - Herkunft
 - Sicherstellung der Identifikation und Rückverfolgbarkeit



13. Wintertagung – 4) Qualitätskriterien

- Standard -Inhaltliche Anforderungen:
 - Tierärztliche Betreuung
 - Tierhaltung, verantwortungsbewusster Umgang mit Medikamenten



13. Wintertagung – 4) Qualitätskriterien

- Standard - Inhaltliche Anforderungen:
 - Futtermittel und Fütterung
 - Hohe Futtermittel Qualität, als Garantie für Tiergesundheit und hohe Fleischqualität



13. Wintertagung – 4) Qualitätskriterien

- Standard - Inhaltliche Anforderungen:
 - Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung
 - Schonender Umgang mit den Ressourcen entlang der Wertschöpfung



13. Wintertagung – 4) Qualitätskriterien

- Standard - Inhaltliche Anforderungen:
 - Kontrolle und Sanktionen
 - Aufrechterhaltung des Systems, Vertrauensbildung



13. Wintertagung – 5) Kommunikation

Gemeinsam für starke Rindfleischproduktion

Die Rinderbauern haben viel unternommen, um den Konsumenten in Österreich bestes Rindfleisch anzubieten.

Die Handelsketten haben die



Die Rinderbörse stellt interessante Tiere aus den Qualitätsprogrammen aus – bei der Baulehrschau gegenüber dem VLV.

Bauern auf diesen Weg bestens unterstützt. Die Qualität muss auch nachvollziehbar sein. So wurden Qualitätsprogramme für alle Kategorien aufgelegt.

Dass die EU zu einem dauerhaften Rindfleischimporteur wird, gibt zu denken. Neueste Prognosen gehen davon aus, dass die Importe aus Südamerika noch heuer auf 7 % der Gesamtrindfleischproduktion in der EU ansteigen werden. Diese 7 % sind etwa dreimal soviel wie in Österreich in einem Jahr produziert wird. Auch in Österreich stammen zwischen 10 und 20 % der österreichischen Rinderschlachtungen von Tieren aus angrenzenden EU-Ländern.

Die Rindererzeugergemeinschaften gehen den Weg zur starken Marktposition weiter. Dazu braucht es die Bauern als Partner.

Höhepunkte

- ◆ Qualitätsänderungsstellung, zum ersten Mal auch mit weiblichen Fressern
- ◆ Am 7. und 8. September vormittags sind Vertreter der Firmen McDonald's und Esca (M-Rind-Projekt) zum Diskutieren anwesend.
- ◆ Die beiden Arbeitskreisleiter Christoph Schneiderbauer, Stiermast, und Hans Gebetsreiter, Mutterkuhhaltung, informieren über Produktionstechnik- und -kennzahlen
- ◆ Am 8. September treffen sich die Mitglieder der Rindmastarbeitskreise (Stier- und Mutterkuh) um 13 Uhr am Rinderbörsestand.
- ◆ Verantwortliche vom Klassifizierungsdienst informieren über Klassifizierung und Qualitätssicherung in der Landwirtschaft.

DRG, RAJNER WOLLNER

OBERÖSTERREICH Agrarmesse hofft auf 350.000 Besucher

Messe Ried: Vom Kalb zum Big Mac

In Oberösterreich wird die heimliche Rinderelite aufgetrieben. Auch McDonald's gibt sich rustikal. Die kommende Messe sieht sich trotz Strukturwandel gut positioniert.



Ried in Innsbruck. „Das ist eine tolle Sache, wenn sich ein so grosser Konzern zu uns vernetzt.“ Helmut Slezak, seit Jahrzehnten Direktor der Rieder Messe, freut sich über seinen Einstandsschup. Auf der diesjährigen Agrarmesse wird erstmals McDonald's vertreten sein. Die Fastfood-Kette ist auf Imagepolitik aus. Mit einem jährlichen Einkaufsvolumen von 100 Millionen € sei McDonald's „wichtigster Gastronomiepartner der österreichischen Landwirtschaft“.

Vom 6. bis 11. September ist Ried Zentrum der Landwirtschaft. Highlight soll die Bundesfleckviehchau sein, bei der mehr als 200 ausgewählte Elitetiere präsentiert werden. Mit mehr als 17 Millionen Tieren stellt Fleckvieh rund 80 Prozent des österreichischen Rinderbestandes. Die Tierzucht sei Rieds Trumpf, sagt Slezak. „Das hebt uns von anderen Landwirtschaftsmessen

Ried ist mit dem Schwerpunkt Fleckvieh Österreichs Zentrum bei Landwirtschaftsmessen.

ab.“ Insgesamt erwartet er 350.000 Besucher zur Messe und dem dazugehörigen traditionellen Volksfest. „Wir sind heute die grösste österreichische Messe“, legt Slezak Wert auf klare Rangordnung.

Wichtige Rolle

Die Ansage zielt in Richtung Tulla, wo eine Woche später die „Austro Agria“ stattfindet. Slezak sieht durchaus Perspektiven für Agrarmessen. Es gelte zwar einen Strukturwandel und weniger Bauern,

andererseits spiele die Landwirtschaft punkto Ernährung und Landschaftspflege eine immer wichtigere Rolle.

Slezak, gebürtiger Wiener, kam 2000 als Geschäftsführer des Fussballclubs SV Ried ins Innviertel. Das erfolgreich gemanagte Projekt Stadionneubau hat zum Wechsel in die Viehzucht geführt. Er wolle bei der Messe einiges verändern, kündigt er an. Neu sei bereits der Werbauftritt, der die Landwirtschaftsmesse als ersten Event mit Überregio-

naler Bedeutung darstellt. Zudem will Slezak neue Veranstaltungspartnern positionieren. „Mitteilung wollen wir zwei bis drei Fachmessen dazu kriegen.“ Die wirtschaftlichen Voraussetzungen dafür seien gegeben, das das Unternehmen 2004 auf eine solide finanzielle Basis gestellt worden ist. Die ebenfalls städtische Energie Ried GmbH hat das Areal der Messe übernommen – und deren Schulden dazu.

GERHARD MARSHALL
g.marshall@wtr.at



13. Wintertagung – 5) Kommunikation

McDonald's auf der Rieder Messe: 6000 Tonnen Rindfleisch für Hamburger

RIED. Mit Ideen und Projekten kommen viele Leute auf Agrarlandesrat Stockinger zu, der täglich auf der Rieder Messe vertreten ist. Bei einem Exklusiv-Rundgang mit den OÖN – vom Moststand bis zu McDonald's – erzählt er von deren Visionen.

VON MARTINA WEIDHOLZER

„Wir wollen die Mostkultur auf die Ebene des Weines bringen“, so Stockinger. Unter dem Motto „Spaß, Lust, Genuss“ stellen sich in der Essenermarkthalle die ersten Mostsomme-

liers des Landes vor. Stockinger lässt sich ein Tropferl Romen-Cider schmecken. Auf dem Weg zum Stand der Bio-Heurigen wird er von einem Passanten angesprochen. Ein späterer Termin wird vereinbart.

Nach einem leckeren Heuschnapferl folgt ein Kurzbesuch bei den Eberdinger Gemüsehäuerinnen. Nach einem kleinen Happen trifft der Landesrat auf Rudolf Rogl, den Geschäftsführer der Österreichischen Rindebörse, und auf AMA-Chef Georg Schöppl. Beide schwärmen von der Koopera-

tion mit McDonald's. „Da gehen wir jetzt hin“, so Stockinger. Die Fastfood-Kette stellt sich österreichweit erstmals auf einer Messe vor. 3400 heimische Rinderbauern haben sich für die von McDonald's geforderte Qualitätssicherung entschieden. Sie produzieren jährlich 6000 Tonnen Rindfleisch, das in Form von Hamburgern verzehrt wird. 3800 Tonnen sind für den inländischen Markt bestimmt.

Der Landesrat wird bei McDonald's mit einem Vanilleleckerli mit Körbnerkorn ver-

sorgt. Das schmeckt ihm derartig gut, dass er sich gleich noch ein paar Lecker schnappt und damit den OÖN-Stand anvisiert. Die Damen zeigen sich begeistert und bedanken sich mit Busverlin.

Fahrtraining zu gewinnen!

Kommen auch Sie, werte Leser, zum OÖN-Stand und versüßen Sie sich den Messebesuch mit Körbnerbutterli. Zu gewinnen gibt es außerdem zehn Intensivtrainings im Fahrsicherheitszentrum Marchtrenk im Wert von je 174 Euro.



Most-Spezialitäten aus Oberösterreich



Stockinger am OÖN-Stand mit einem süßen Willkommens-Grüß

Foto: wpa



13. Wintertagung – 6) Beispiele

- Verarbeitungsrindfleisch – M–Kuh
 - Strategie – Marke
 - M - Kuh
 - Qualitätskriterien
 - Rindfleisch aus Österreich – McDonald's
 - Verbrauchererwartung
 - Herkunft Österreich
 - Höchstes Niveau in Haltung und Fütterung
 - Höchstes Niveau in Hygiene und Fleischqualität
 - Höchstes Kontrollniveau
 - Vertrauen in die Marke auch in Krisenzeiten
 - Kommunikation
 - Rieder Messe
 - Land und Leute
 - Zeitung
 - Restaurant



13. Wintertagung – 6) Beispiele

- Frischfleisch vom Rind – Viandella (L'Autrichienne)
 - Strategie – Marke
 - Fleisch vom weiblichen österreichischen Rind - Export
 - Qualitätskriterien
 - Herkunft
 - Fachmedizinische Betreuung
 - Tierhaltung
 - Qualitätsklassen
 - Hygiene
 - Verbrauchererwartung
 - Frankreich, Italien, Spanien
 - Kalbin und Kuh
 - Premium
 - Gastro
 - Standard

} Alter
Gewicht
Fettabdeckung

- Kommunikation

- Folder
- Messe



13. Wintertagung – 6) Beispiele

- Überregionales – Exportprojekt
 - Aufhebung der österreichischen Kleinstruktur
 - Bereich Schlachthöfe und Zerlegungsbetriebe
 - Bereich Landwirtschaft

- Absicherung und Erhöhung des Exportvolumens im Rindfleischbereich
 - Starke Marke verschwindet nicht so leicht aus den Märkten

- Absicherung und Erhöhung des österreichischen Qualitätsniveau in der Rindermast

- Förderung durch Bundesministerium

