



Round-Table im Florido Tower bei REGAL

- ❶ Walter Schmutterer (Adeg-Kaufmann in Reisenberg, Sommerein, Trautmannsdorf und Mitglied im Landesgremium des Lebensmittelhandels NÖ - WKO NÖ)
- ❷ KR Christian Prauchner, Spar-Vizepräsident der Kaufleute (Ybbsitz, Gresten, Eurospar Pöchlarn)
- ❸ Mag. Herwig Gruber (GF Kastner Gruppe)
- ❹ Mag. Karl Ungersbäck, WKO Niederösterreich, Geschäftsführer Sparte Handel

Moderation REGAL-Redaktion:

- ❺ Mag. Verena Schneeweiß
- ❻ Mag. Herbert Schneeweiß

Die heißen Pfand, Erträge, und Regionales

Eisen: Verderb

te einiges verändert. Früher war der Handel das Ungeheuer, an das man nicht liefern wollte. Bei der jüngeren Generation gibt es ein Umdenken, sie sehen die Chance. Vom gesamten Umsatz ist es aber nur ein nettes Eckchen, das wir hegen und pflegen.

SCHMUTTERER: Die junge Generation greift extrem auf regionale Sortimente und pusht uns Kaufleute hier sogar. Wir haben im Vorjahr zum Beispiel 30 Nektarinen- und Pfirsichbäume gekauft. Oder: Ich habe heute 50 Weinreben mit Muskat und Rosenblütenmuskateller bestellt. Diese werden für mich von einem Landwirt eingesetzt und bewirtschaftet. Der Weinstock gehört mir, ich kaufe ihm die Produkte dann ab.

PRAUCHNER: Regionalität wird weiter an Bedeutung gewinnen. Oft geht es um Fragen

REGAL: Wie sehr passen Kaufleute und Regionalität zusammen?

SCHMUTTERER: Ich bin jetzt seit fünf Jahren bei der Rewe. Mein Sohn hat in unserem Adeg in Reisenberg sehr viele regionale Lieferanten - von Kartoffeln bis hin zu Eiern. Wir können heute alle Markenartikel, außer Reis, durch unsere mehr als 60 regionalen Lieferanten ersetzen. Darauf sind wir stolz. Wir wollen heuer auch kurze Trailer auf Facebook stellen, wo es um den Produzenten und uns gehen soll. Wenn du zu einem Produkt eine Geschichte hast, verkaufst du es drei Mal so leicht. Die Anteile sind steigend und wir haben auch die Unterstützung der Adeg.

REGAL: Herr Prauchner, Sie sind im Mostviertel beheimatet. Wie wichtig ist Regionalität für Sie?

PRAUCHNER: Sie ist für die Kaufleute das Beste, was es gibt. Regionalität beginnt bei uns. Es hat sich im Bewusstsein der Landwir-

In einem Round Table im Florido Tower bei REGAL übt Spar-Vizepräsident und Chefkaufmann Christian Prauchner Kritik an den Bauern. Der Handel biete den Bauern für regionale Produkte eine Bühne, dazwischen seien noch die Genossenschaften. REGAL richtet den Scheinwerfer also auf das Bundesland Niederösterreich. Am Tisch: starke Kaufleute, der Handelssparten-Obmann und ein Geschäftsführer aus dem Großhandel. Zu den brennenden Themen zählten Regionalität, Raumordnung und Lebensmittelverschwendung.

TEXT: VERENA SCHNEEWEISS UND HERBERT SCHNEEWEISS



MAG. HERBERT SCHNEEWEISS,
Redaktion REGAL



MAG. VERENA SCHNEEWEISS,
Redaktion REGAL

„REGAL beleuchtet das größte und kaufkräftigste Bundesland Österreichs.“



wie: Wie bringe ich die leuchtenden Augen des Produzenten in die Verpackung hinein? Warum kann im Handel nicht zum Ab-Hof-Preis verkauft werden?

REGAL: Braucht es eine Dachmarke für den Erfolg regionaler Produkte?

PRAUCHNER: Ich brauche keine Uniformierung, gerade das macht ja den Reiz des einzelnen lokalen Lieferanten aus. Viele haben auch alleine aufgrund ihrer geringen Mengen gar nicht Platz unter einem Dach.

SCHMUTTERER: Ich unterscheide zwischen Orts-, Bezirks- und Landesregionalität und Österreich.

GRUBER: Es ist auch ein Marketing-Thema, um die Kunden ins Geschäft zu bekommen. Regionalität ist weder ein großer Umsatz- noch Ertragsbringer, aber das Bedürfnis der Konsumenten muss gestillt werden. Mit unserer Marke „Aus'm Dorf“ schaffen wir dieses Dach und treten im Fernsehen österreichweit auf. Im Geschäft muss man es lokal präsentieren. Eines ist mir aber wichtig zu sagen: Regionalität ist kein Qualitätskriterium. Oft fehlt zum Beispiel die Kennzeichnung. Wir sammeln Erfahrungen mit myproduct.at, wo wir rund 8.000 regionale Produkte online verkaufen. Das Bedürfnis ist da. Die Mengen sind überschaubar.

Regionalität, Großhandel und Preise

REGAL: Wie sieht Regionalität aus Perspektive des Großhandels aus?

GRUBER: 45 Prozent unseres Umsatzanteils kommt von österreichischen Lieferanten. 65 Prozent der Lieferanten sind aus Österreich. Man muss aber auch bedenken, dass die Biogast über 1.000 Lieferanten hat und davon mehr als die Hälfte aus Deutschland und dem Ausland sind. In Summe haben wir 60.000 Artikel, davon 15.000 Geschirrtartikel, die auch nur bedingt aus Österreich kommen. Wir müssten eigentlich direkt bei den Landwirten ansetzen und gemeinsam etwas aufbauen. Das ist eine Mammutaufgabe.

PRAUCHNER: Bei der Regionalität taucht erstmals ein interessantes Phänomen auf. Wir Händler denken immer an Verfügbarkeiten des Produktes. Bei der Regionalität entwickelt der Kunde ein Verständnis, das uns Händlern bisher unbekannt war: Es kann bei



einer Belieferung zu Unregelmäßigkeiten kommen. Der Kunde ist toleranter. **SCHMUTTERER:** Es braucht außerdem keine Flugzettel und keine Aktionen. Der Preis spielt keine Rolle.

Vorwurf der Landwirte ist nicht fair

PRAUCHNER: Der Vorwurf, den die Landwirtschaft so pauschal über den Handel stülpt, ist meiner Meinung nach nicht ganz fair. Es gibt viele Ansatzpunkte, wo es nicht um Preisdiskussionen geht. Die Bemühungen werden noch nicht gesehen. Der Handel versucht hier einiges für die Landwirtschaft zu tun. Vergessen wird, dass es auch noch eine Stelle zwischen Handel und Bauern gibt. Die Molkereien sind meines Wissens nach alle Genossenschaften. Man sollte das gesamte Bild betrachten und nicht auf Stimmenfang sein. Man darf nicht vergessen: Wir bieten der Landwirtschaft mit unseren Kunden kostenlos eine Bühne. Nicht nur wir müssen also dankbar sein.

SCHMUTTERER: Trotzdem muss man sagen: Heute ist eine Marge auf regionale Produkte von 20 bis 25 Prozent normal.

GRUBER: Gerade sobald es den Sprung von lokal zu österreichweit macht, geht es um gleichmäßige Qualität und den Preis.

REGAL: Wie sieht die Sicht der Wirtschaftskammer auf Regionalität aus?

UNGERSBÄCK: Regionalität lebt von der Partnerschaft zwischen Landwirtschaft und Handel. Wenn diese funktionieren soll, ist eine gewisse Professionalität in der Kennzeichnung und Verpackung notwendig. Da



KR Christian Prauchner

ist viel gelungen. Es gewinnt weiter an Bedeutung beim Konsumenten und wird auch wirtschaftlich immer tragfähiger. Die großen Trends im Handel sind Digitalisierung und Regionalität.



Mag. Karl Ungersbäck

Spreizung ist eine Herausforderung. Ein Weg, wie wir gegensteuern, ist die gezielte Förderung von Nahversorgung.

REGAL: Niederösterreich hat mit der Nafes-Förderung ein besonders Tool an der Hand.

UNGERSBÄCK: In vielen Regionen ist die öffentliche Hand gar nicht gefragt, in anderen bedarf es eines genaueren Hinschauens. Wir fördern gezielt seit mehr als zehn Jahren Nahversorger-Projekte und suchen die Partnerschaft mit Gemeinden. Mit diesem Modell wurden bisher rund 150 Fälle in Niederösterreich umgesetzt. Die Projekte funktionieren überwiegend. In unserem Bundesland haben unter zehn Prozent der Gemeinden keinen eigenen Lebensmittel-Nahversorger. Damit liegen wir weit unter dem Österreich-Durchschnitt.

REGAL: Der Fördertopf wurde bis Ende 2020 verlängert. Von 2018 bis 2020 fließen 3,6 Millionen Euro in die Stadt- und Ortszentren Niederösterreichs. Wie viele Projekte wurden im Vorjahr umgesetzt?

KARL UNGERSBÄCK: Neun Projekte mit rund 600.000 Euro.

REGAL: Diese werden sowohl von Vereinen als auch Kaufleuten geführt, richtig?

UNGERSBÄCK: Ursprünglich war es für Kaufleute vorgesehen. In-

zwischen hat sich auch die Vereinskonstruktion durchgesetzt, es ist zumindest ein ergänzendes Modell.

GRUBER: Für uns ist der Verein eine wichtige Möglichkeit, um den einen oder anderen Nah&Frisch-Standort am Leben zu erhalten.

REGAL: Ist Niederösterreich als Absender zu groß?

SCHMUTTERER: Es hat jede Region ihr spezielles Gebiet.

GRUBER: Wir haben mit myproduct ein paar Genussregions-Shops betrieben. Das funktioniert mäßig. Die Einheit muss kleiner sein.

PRAUCHNER: Wir haben vor rund 20 Jahren mit Retzer Sauerkonserven als regionalem Lieferanten begonnen. Das war unser erster Schritt, auf den wir auch stolz waren damals. Rückblickend muss ich etwas schmunzeln darüber. Es ist ein toller Lieferant, aber wird er auch als regional wahrgenommen?

Nafes für kleine Märkte

REGAL: Niederösterreich ist mit knapp über 19.000 km² Fläche das größte Bundesland und hat die höchste Kaufkraft. Rund 21 Prozent der Einwohner Österreichs leben in Niederösterreich. Herr Ungersbäck, was ist das Besondere an Niederösterreich als Wirtschaftsstandort?

UNGERSBÄCK: Seine Lage und Größe. Der angrenzende osteuropäische Wirtschaftsraum ist ein großer Vorteil. Wir sind bei der Kaufkraft mit manchen Bezirken ganz vorne, mit anderen ganz hinten. Diese



Walter Schmutterer

Genuss
produziert in Niederösterreich



Original
Kaiserblunz'n

- mit Fleisch aus Niederösterreich handwerklich im kleinen Familienbetrieb Gutscher in Königstetten hergestellt
- verfeinert mit edlen Naturgewürzen
- frei von Geschmacksverstärker und Konservierungsmitteln



- vielfach für ihre Qualität prämiert
- unter Blunz'n Liebhabern landesweit als Delikatesse beliebt



Gutscher
blunznkaiser.at

Unser Vertriebspartner informiert Sie gerne:

HOTWAGNER

Exquisite Wurstspezialitäten



REGAL: Herr Prauchner, war die *Nafes* ein Thema bei Ihren Neu- bzw. Umbauten?

PRAUCHNER: Ich verstehe den Wunsch jeder Gemeinde nach einem Nahversorger. Aber die Wirtschaftlichkeit dahinter wird oft vergessen. Es ist etwas wettbewerbsverzerrend. Vereine müssen sich deshalb finden, weil keine Wirtschaftlichkeit darstellbar ist. Man sollte Vereine nicht unbedingt weiter forcieren. Vielmehr geht es um die Frage: Wie kann man es gefördert möglich machen, dass am Ende wieder ein wirtschaftliches Unternehmen hervorgeht?

UNGERSBÄCK: Das Hauptmotiv bei vielen Gemeinden ist nicht die klassische Versorgung. Vielmehr geht es um die Attraktivität als Wohnstandort.

SCHMUTTERER: Das Bewusstsein in der Gemeinde gehört noch viel mehr geschärft. Wer ein Geschäft im Ort haben will, ist auch dafür verantwortlich, dass es Bestehen kann. Wir wollen in Trautmannsdorf auf 450 m² vergrößern, aber ich denke, dass ich zu groß bin für eine Förderung. Das ist schade, weil ich trotzdem der einzige Nahversorger im Umkreis von fünf Kilometern bin.

REGAL: Wie sehen die Kriterien aktuell aus, Herr Ungersbäck?

UNGERSBÄCK: Vorab: Die Kammer zahlt ein Viertel, das Land drei Viertel. Man muss schauen, wie es nach 2020 weitergeht. Es ist immer eine Gratwanderung. Momentan orientieren wir uns an der Wirtschaftsförderung des Landes: 450 m², 1,6 Millionen Euro Umsatz und nicht mehr als sieben Standorte. Da ist auch nicht allzu viel Spielraum. Die Gemeinde muss zahlen, das ist ein zentraler Hebel und hat sich auch als Entscheidungskriterium bewährt.

Raumordnung

GRUBER: Hier ist auch die Raumordnung gefragt. Manche Orte sind einfach zu klein für zwei Nahversorger und der kleinere bleibt immer übrig. Wir leisten uns auf Dauer auch keinen Standort mit zigtausend Euro Minus im Jahr.

SCHMUTTERER: Schwierig wird es, wenn Raumordnungsgesetze parteipolitisch umgedreht werden, weil sich die politische Farbe ändert. Dann sind auf einmal Kernzonenerweiterung & Co möglich.

PRAUCHNER: Die Raumordnung, wie sie grundsätzlich formuliert wurde, ist in Ordnung und - verglichen zu anderen Bundes-



Mag. Herwig Gruber

„Für uns ist der Verein eine wichtige Möglichkeit, um den einen oder anderen Nah&Frisch-Standort am Leben zu erhalten.“

MAG. HERWIG GRUBER

ländern - relativ offensiv. Problematisch sind die Auslegungen und Interpretationen. Fair Play für alle sollte möglich sein.

UNGERSBÄCK: Es wird nie möglich sein, alle 573 Gemeinden zufriedenzustellen. Die Widmungskompetenz bleibt weiterhin bei den Gemeinden, damit ist ein gewisser Spielraum immer gegeben.

PRAUCHNER: Mir persönlich würde das Thema Flächenversiegelung mehr Kopfbrechen machen - sollte das in Niederösterreich auch schlagend werden. Hier wird dem LEH ungerechtfertigt der Ball zugeschoben. Wir reden von 2008 bis 2018 von einer versiegelten Gesamtfläche von 4.307 Hektar. 13 Hektar davon betreffen den LEH. Das sind 0,3 Prozent! Wenn bei einem Neubau eine bestimmte Anzahl der Parkplätze unter- oder überirdisch gebaut werden muss, würde das eine enorme Standort-Verteuerung mit sich bringen. Es wird in Niederösterreich weitaus mehr für Gewerbe und Industrie versiegelt als für den Handel. Es wäre eine weitere Benachteiligung, gerade gegenüber dem Online-Handel. Das wäre eine schlechte Entwicklung für den Handel. Die Bequemlichkeit des Parkens ist ein wesentliches Kriterium. Wem würde diese Maßnahme helfen? Es würde definitiv jene Kaufleute, die sich entwickeln möchten, bremsen.

Forderungen an die Politik

SCHMUTTERER: Man sollte auch viel mehr bei Leuten aus der Praxis nachfragen. Stichwort Plastik. Es darf keine Wischi-Waschi-Lösung herauskommen, wie beim Rauchergesetz. Wie soll das gehen mit dem Plastikpfand? Wenn die Konsumenten ihre Plastikflaschen bei mir entsorgen, aber nicht kaufen, habe ich ein logistisches Problem.

GRUBER: Es gibt ja auch Experten. Wir reden von einer PET-Flaschen-Bepfandung, haben aber ohnehin eine Rückholquote, die enorm ist.

PRAUCHNER: Unsere Gesellschaft kann Kunststoff reduzieren. Aber wir sind nicht der einzige Verursacher. Ich bin im Großen und Ganzen gegen eine Bepfandung von PET. Wir können nicht die Müllstation für die Konsumenten werden. Ich habe mir, im Zuge meines Umbaus in Pöchlarn, mögliche Investitionskosten angesehen. Ohne bauliche Maßnahmen reden wir hier von 30.000 Euro.

Klar ist: Wenn der Handel dazu verpflichtet wird, muss er dafür etwas bekommen. Abgesehen von dem Platz-Thema. Das wird auch etwas verteuern.

GRUBER: Wir haben die Manipulationsgebühr von Mehrweg berechnet. Uns kostet eine Gebinde-Einheit, ab Abholung beim Kaufmann, 41 Cent. Warum müssen wir in Österreich immer die ersten sein und noch dazu strenger als alle anderen? Das führt auch zu Wettbewerbsverzerrungen gegenüber ausländischen Märkten.

Verderb 0,2 bis 1,5 Prozent

REGAL: Stichwort Lebensmittelverschwendung. Hier gibt es große Pläne der Regierung.

SCHMUTTERER: Wir haben sicher noch einen Verderb. Einmal pro Woche kommt die Tafel, die nimmt alles mit - von Obst & Gemüse bis hin zu Säften und Mopro-Produkten. Ich müsste wahrscheinlich sonst jeden zweiten Monat eine neue Mülltonne dazu

41 Cent

kostet eine Gebinde-Einheit, ab Abholung beim Kaufmann, so Gruber.

nehmen. So bekommt das Produkt eine zweite Chance. Wir reden hier sicher von rund 2.000 Euro Wert pro Monat.

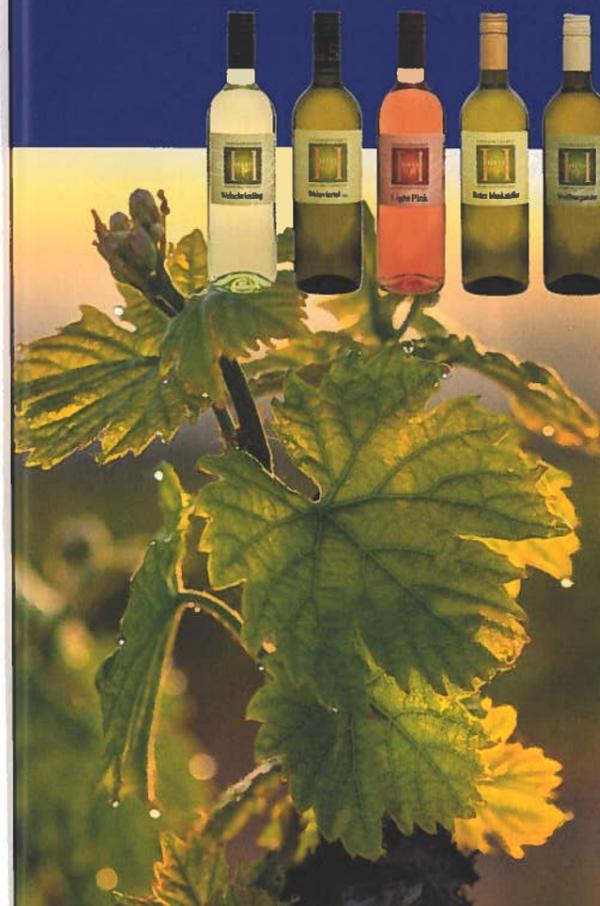
GRUBER: Bei uns sind 0,2 bis 0,3 Prozent des Umsatzes Verderb. Es hat jeder Standort seine Sozialeinrichtung, an die er weitergibt. Sollte das französische Modell kommen, sind die Einrichtungen aber extrem gefordert. Vor allem was die Logistik betrifft.

PRAUCHNER: Wir sind sehr bemüht, so wenig wie möglich wegzuerwerfen. Das geht gegen das tiefste Innerste unserer Werte. Ich schätze, ein Kaufmann hat ein bis 1,5 Prozent Verderb. Das traurige ist, dass der durchschnittliche Lebensmittelhandel 0,9 Prozent verdient. Also rein prozentuell ist der Verderb höher als der Gewinn. Wir treten dem Wegwerfen mit verschiedensten Maßnahmen entgegen. Natürlich sind wir aber auch unter einem gewissen Sortimentsdruck.

SCHMUTTERER: Früher war die Spanne auch noch eine andere. Die Zeiten von 50 Prozent Aufschlag sind vorbei. Natürlich verkaufen wir lieber als wir wegschmeißen. Aber früher war ein Verderb auch noch verkraftbarer für uns Kaufleute.

REGAL: Danke für das angeregte Diskutieren!

Unsere Weine machen Freude!



Unser Weinbauernhof liegt im Herzen des Weinviertels - ca. 30 km nordöstlich von Wien. Die Weingärten werden nach der integrierten Produktion bearbeitet. Es sind jene Sorten ausgepflanzt, die nach Bodenbeschaffenheit, Lage und Kleinklima die besten Qualitäten bringen: Grüner Veltliner, Welschriesling, Gemischter Satz, Weißburgunder, Rivaner, Roter Riesling, Muskateller, Blauer Zweigelt, Rösler und Pinot Noir.

NEU: Wir haben im Jahr 2017 erstmals zwei Piwi-Weinsorten ausgepflanzt und mit der Ernte 2019 unsere ersten Weine davon vinifiziert! Dies sind die Sorten Blütenmuskateller und Donauriesling, welche Pilzwiderstandsfähig sind!

Unser Hauptaugenmerk liegt in der Produktion von frischen, fruchtigen Weinen die in Edelstahltanks ausgebaut werden und somit die Sorten- und Jahrgangstypische Aromatik zum Ausdruck bringen. Das größte Weinbaugebiet Österreichs - „das Weinviertel“ - geprägt von seiner hügeligen Landschaft und beeinflusst vom pannonischen Klima bietet diese Region mit ihren tiefgründigen Lehmen, und Lössböden beste Voraussetzungen für den Weinbau!

Unsere Edelbrände kommen aus eigener Erzeugung. Frisches Obst wird eingemaischt, und nach beendeter Gärung zu hochwertigen Edelbränden destilliert. Wir bieten Apfel-, Birne-, Marille-, Pfirsich-, Schlehen-, und Zwetschenbrand, auch Muskateller-, Veltliner- und Zweigelt Traubenbrand. Unsere Liköre (Himbeer, Holunder, ...) sowie der Nusschnaps sind eine Ver-suchung wert! Eine Spezialität ist auch der Weinbrand der im Holzfaß mehrere Jahre reift!

Sie haben die Gelegenheit nach telefonischer Vereinbarung unsere Produkte bei Verkostung, „Ab Hof Verkauf“ täglich außer Sonntag; oder Zustellung zu erwerben.



Besuchen Sie uns: Familie Hess, Milchhausstraße 35, 2223 Hohenruppersdorf, www.hess-wein.at, Tel./Fax: 02574/8656, Mobil: 0699-12127966, mail: weinbauernhof-hess@aon.at