

## INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

**Landesrat Max Hiegelsberger**

und

**Dkfm. Andreas Haider,**  
Geschäftsführer Unimarkt Gruppe

am

18. September 2017

zum Thema

### **Wirtschaftsfaktor Regionalität – regionale Herkunft von Lebensmitteln immer wichtiger**

Weitere Gesprächsteilnehmer:

- Herr Josef Fischelmaier, Fischelmaier
- Herr Markus Mairinger, Mairinger Most & Mehr
- Herr Gerald Pflügelmeier, Biohof Pflügelmeier
- Herr Florian Zagler, Zagler Müslibär



MAX.  
**LEBENSQUALITÄT.**  
FÜR OBERÖSTERREICH.

Landwirtschaft, Ernährung  
und Gemeinden.

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:  
Amt der Oö. Landesregierung  
Direktion Präsidium  
Abteilung Presse  
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12  
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88  
landeskorrespondenz@ooe.gv.at  
www.land-oberoesterreich.gv.at

DVR: 0069264

**Rückfragen-Kontakt:**

**DDipl.-Ing.<sup>in</sup> Birgit Stockinger, BEd, Pressereferentin LR Hiegelsberger, (+43 732)  
77 20-111 13, (+43 664) 600 72 111 13, birgit.stockinger@ooe.gv.at**

***Der anhaltende Trend zur Regionalität und die steigende Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln bieten eine Chance für lokale Wirtschaftsstrukturen***

Produkte aus Oberösterreich stehen für echten, unverwechselbaren Genuss. Die Initiative „Genussland Oberösterreich“ will diese regionalspezifischen Köstlichkeiten bekannt machen, den regionalen Einkauf fördern und den Tourismus stärken. Sie vernetzt daher Landwirtschaft, verarbeitende Gewerbebetriebe, die Gastronomie und den Lebensmittelhandel zum gegenseitigen Vorteil um den Lebensmittelstandort Oberösterreich ganzheitlich zu stärken. *„In Zeiten globalisierter Handelsströme steht die Sehnsucht nach Regionalität wieder verstärkt im Vordergrund. Das Genussland Oberösterreich erfüllt gemeinsam mit seinen Handelspartnern diesen Wunsch der Konsumentinnen und Konsumenten“*, so Agrar-Landesrat Max Hiegelsberger.

Regional, transparent und fair – Unimarkt legt größten Wert auf Nachhaltigkeit. Deshalb arbeitet der Nahversorger auch mit vielen Betrieben und Bäuerinnen und Bauern aus der Umgebung zusammen um die Wertschöpfung in der Region zu behalten und weiter auszubauen. Unimarkt ist eng mit ehrlicher Regionalität verknüpft. Denn der Lebensmittelhändler ist im ländlichen Raum groß geworden und schöpft Kraft aus diesen Wurzeln. Schon seit Langem besteht daher eine gute Zusammenarbeit zwischen dem Lebensmittelhändler Unimarkt und hunderten Bäckern, Fleisch- und Wurstproduzenten sowie kleinen bäuerlichen Betrieben. *„Wir sind überzeugt davon, dass Lebensmittel aus der Region am besten schmecken. Denn die regionalen Produzenten stellen ihre Produkte mit viel Liebe und traditionellem Handwerkswissen her. Einzigartige Qualität, die man bei jedem Bissen schmeckt“*, so Dkfm. Andreas Haider, Geschäftsführer der Unimarkt Gruppe.

---

## Wirtschaftsfaktor Regionalität im Genussland Oberösterreich

---

Zwei Drittel der Oberösterreicherinnen und Oberösterreicher leben im ländlichen Raum. Gleichzeitig ist auch ein Großteil der Klein- und Mittelbetriebe in ländlichen Gemeinden angesiedelt. Sie beeinflussen unsere regionalen Wirtschaftsstrukturen und gewährleisten, dass die ländlichen Regionen Arbeits- und Lebensraum bleiben. *„Der ländliche Raum Oberösterreichs ist von großer wirtschaftlicher Bedeutung – gerade unsere Lebensmittelerzeugung und –versorgung darf sich nicht am Weltmarkt abspielen, sondern muss hier in Oberösterreich, in der Region bleiben. Der Konsum regionaler und lokaler Lebensmittel lässt jeden Einzelnen am lokalen Ernährungs- und Wirtschaftssystem teilhaben und mitgestalten“*, so Landesrat Max Hiegelsberger. Dabei bieten der anhaltende Trend zur Regionalität und die steigende Nachfrage der oberösterreichischen Konsumentinnen und Konsumenten nach regionalen Lebensmitteln eine Chance für die regionalen Wirtschaftsstrukturen. So ist unter anderem die Vernetzung der Landwirtschaft, der verarbeitenden Gewerbebetriebe, des Lebensmittelhandels, der Gastronomie und des Tourismus eine Aufgabe des Genusslandes Oberösterreich, um durch Synergien die Wertschöpfung am Lebensmittelstandort Oberösterreich zu stärken. Neue Vermarktungswege in Nischen- und Spezialsegmenten werden eröffnet und die regionale Nahversorgung belebt.

Ebenso beschränkt sich der Qualitätsbegriff bei Lebensmitteln nicht mehr rein auf die Produktqualität in Hinsicht auf Nährwert, Gesundheit und Geschmack, sondern bezieht auch die ökologische und soziale Nachhaltigkeit sowie die regionale Wirtschaft mit ein. *„Die in Oberösterreich gelebte, nachhaltige bäuerliche Landwirtschaft und das Genusshandwerk stellen die Lebensmittelproduktion und unsere Landwirtschaft als Partner für die Ernährungssicherheit,*

*regionale Wirtschaft und Landschaftspflege in den Mittelpunkt*“, so Hiegelsberger. Die Produzentinnen und Produzenten sowie Partnerinnen und Partner des Genusslandes Oberösterreich setzen an diesen drei Kernbereichen der regionalen Lebensmittelerzeugung und –versorgung an und geben Impulse für nachhaltige Wirtschaftskreisläufe im ländlichen Raum:

### **Ernährungssicherheit**

Regionale Lebensmittel gewährleisten Nachvollziehbarkeit und Transparenz. Die Wertschöpfungskette ist aufgrund der räumlichen Nähe nachvollziehbar, die Umstände unter denen Lebensmittel erzeugt, verarbeitet und vermarktet werden sind für die Konsumentinnen und Konsumenten ersichtlich. *„Unsere Lebensmittel waren noch nie so sicher“*, betont Agrar-Landesrat Hiegelsberger in Zusammenhang mit den hohen Qualitätsstandards der österreichischen Lebensmittelproduktion und dem dichten Netz aus Kontrollen – von der Landwirtschaft bis zur Lebensmittelaufsicht in Handel und Gastronomie. *„Bewusster regionaler Konsum ist auch eine Entscheidung für den Erhalt der unserer bäuerlichen Landwirtschaft und der Versorgungssicherheit Oberösterreichs“*, so Hiegelsberger, der im Hinblick auf das Potenzial regionaler Lebensmittel auf den Selbstversorgungsgrad bei Gemüse (57%), Getreide (88%) und Eier (86%) verweist.

### **Landschaftspflege**

Der Aspekt der Pflege und des Erhalts der Kulturlandschaft durch den Konsum regionaler Lebensmittel basiert auf der Vielzahl an Funktionen, die die Landwirtschaft hinsichtlich des Erhalts eines intakten Lebensraums und der daraus resultierenden Schutzfunktion des Bodens einnimmt. *„Der Erhalt und die Pflege der Kultur- und unserer landestypischen Almwirtschaft halten Oberösterreich für den Tourismus attraktiv und bringen dadurch Wertschöpfung in ländliche*

*Regionen“*, so Hiegelsberger. Der Tourismus hängt dabei als Querschnittsbranche mit vielen Sektoren, unter anderem mit einer intakten und nachhaltigen Landwirtschaft zusammen. Regionale Kulinarik spielt eine zunehmende Rolle. In Oberösterreich zählen, dem Tourismus Monitor Austria zufolge, der Genuss regionstypischer Spezialitäten und der Restaurantbesuch zu den Top 10 der Urlaubsaktivitäten.

### **Regionale Wirtschaftskreisläufe**

*„Die regionale Erzeugung und Vermarktung von Lebensmitteln schafft und sichert unmittelbare Arbeitsplätze in der Region, von der Landwirtschaft über das Lebensmittelhandwerk bis zum Lebensmittelhändler. Sie steht somit stellvertretend für die Lebensqualität im ländlichen Raum“*, so Hiegelsberger. In Oberösterreich verantwortet allein die Land- und Forstwirtschaft entlang der gesamten Wertschöpfungskette, inklusive des vor- und nachgelagerten Bereichs, rund 100.000 Jobs. Der Erhalt der Kaufkraft in der Region erfordert die partnerschaftliche Kooperation zwischen allen Akteuren der Wertschöpfungskette. *„Es freut uns, dass Unimarkt diese faire Partnerschaft mit dem Genussland Oberösterreich als langjähriger Partner lebt und gemeinsam mit regionalen Produzentinnen und Produzenten die wirtschaftliche Relevanz regionaler Lebensmittel für den ländlichen Raum am Standortbeispiel St. Florian aufzeigt“*, so Landesrat Hiegelsberger.

### **Regionalität bei Unimarkt**

---

*„Unter Regionalität verstehen wir bei Unimarkt Lieferanten bzw. Artikel, welche in der Region eine starke Bedeutung haben. Das heißt, der Umsatz wird überwiegend in der Region gemacht“*, erklärt Andreas Haider. Unimarkt arbeitet mit 320 regionalen Lieferanten im Trockensortiment, mit 45 Brauereien, mit 89 lokalen Feinkost-

Lieferanten und mit 186 Bäckern zusammen. So wird im Bereich Brot und Gebäck über ein Viertel des Umsatzes durch die regionalen Bäcker abgedeckt. In den Bereichen Wurst/ Käse/ Fisch werden 32 % des Umsatzes mit lokalen/ regionalen Feinkost-Lieferanten gemacht. Bei den Eiern werden knapp 45 % des Umsatzes durch regionale Lieferanten erzielt.

*„Wir sind im Bereich Regionalität schon gut aufgestellt und können unseren Kunden ein hochwertiges und abwechslungsreiches Sortiment bieten. Trotzdem sind wir ständig bemüht neue regionale Partner zu finden um die Lebensmittelproduktion in der Region zu halten und die regionale Wirtschaft zu stärken. Denn „Wir sind regional“ ist für uns nicht nur ein Spruch, sondern wird bei Unimarkt authentisch gelebt“, so Andreas Haider.*

Die Anteilsentwicklung der Regionalität bei Unimarkt am Gesamtumsatz lag im Geschäftsjahr 2016/ 2017 bei rund 15 %. Betrachtet man die Regionalität kleinräumiger, ergibt sich die Lokalität. *„Unter Lokalität verstehen wir alle Artikel von lokalen Anbietern/ Lieferanten im Umfeld von ca. 20-30 km des jeweiligen Standorts (z.B. Bäcker)“,* erklärt Andreas Haider. Der Anteil der lokalen Produkte ist bei Unimarkt im Jahresvergleich überproportional gestiegen, der Anteil am Gesamtumsatz liegt bei rund 4 % und entwickelt sich weiter nach oben.

### **Ausweitung des regionalen Sortiments**

Regionalität wird bei Unimarkt zukünftig noch stärker in den Mittelpunkt rücken. So wird das regionale Sortiment in den Filialen erweitert – vor allen Dingen in den Bereichen Feinkost, Obst & Gemüse und Molkereiprodukte möchte man noch stärker auf regionale Partner setzen. *„Regionalität bzw. Lokalität liegt im Trend. Außerdem können wir durch die Zusammenarbeit mit kleinen*

*Produzenten die Wertschöpfung in der Region behalten und auf Grund der kurzen Lieferwege einzigartige Frische und besten Geschmack garantieren“*, erklärt Dkfm. Andreas Haider. Darüber hinaus bekommen kleine Produzenten eine noch größere Plattform um ihre hochwertigen Produkte zu präsentieren und zu verkaufen.

So ist es für Unimarkt sehr wichtig, die regionalen Kulturen zu erhalten. *„Die Identität einer Region wird sehr stark durch die Produkte geprägt, die dort entstehen. Genau diese Produkte möchten wir noch stärker in den Mittelpunkt rücken, um unseren Kunden zu zeigen, wie gut Regionalität schmeckt“*, so Dkfm. Andreas Haider.

Auch am POS sollen die Themen Regionalität und Frische für die Kunden noch spürbarer gemacht werden. Wie das aussehen kann, zeigt sich am Beispiel der Filiale St. Florian: Die Filiale wurde in den letzten Wochen zu einem frischen und ansprechenden Regionalitäts-Marktplatz umgebaut, mit zahlreichen regionalen Produkten aus der Umgebung. So gibt es in der Filiale St. Florian aktuell über 40 regionale bzw. lokale Lieferanten. Die regionalen Bereiche in der Filiale wurden durch eigene Böden, Möbel und Werbemittel gekennzeichnet. Zusätzlich sind laufend regionale Verkostungen geplant um Kunden besten regionalen Genuss zu ermöglichen. Auch die Verkäufer und Verkäuferinnen wurden geschult und stehen bei Fragen zu regionalen Produzenten mit Rat und Tat zur Seite. *„Durch den Umbau wirkt unsere Filiale in St. Florian viel offener und freundlicher als zuvor. Dies erhöht natürlich auch die Verweildauer unserer Kunden. Darüber zeigt sich in dieser Filiale, welch hohen Stellenwert Regionalität für uns hat“*, so Andreas Haider.

Auch die vorgegebene Zielsetzung in den nächsten Jahren vermehrt Eigenfilialen an potentielle Franchisepartner zu übergeben, soll sich

auf die Regionalität bei Unimarkt positiv auswirken. Denn der Kontakt eines Franchisepartners zu regionalen Produzenten in seiner Umgebung ist noch intensiver und persönlicher und kann das Thema Regionalität nochmals auf eine andere Ebene heben.

### **Ausgezeichnete Produzenten**

In Oberösterreich arbeitet Unimarkt mit rund 250 regionalen Produzenten (Eigenfilialen und Franchisepartner) zusammen. Stellvertretend für diese große Anzahl an Partnerschaften verraten vier Produzenten, worauf es Ihnen in den Bereichen Regionalität und Nachhaltigkeit ankommt.

#### **Fischelmaier**

Die Fleischerei Fischelmaier ist ein innovativer Mühlviertler Handwerks-Fleischerbetrieb. Die Fertigung erstklassiger Lebensmittel mit neuester Technologie, nach uraltem Handwerk und aktuellem Wissen ist oberstes Gebot.

*„Wir führen unseren Betrieb in Pabneukirchen bereits in dritter Generation und legen dabei besonderen Wert auf genussvolle, „Lebens-Mittel“. Die Herstellung von erstklassigen Wurstwaren mit neuester Technologie, nach altem Handwerksmethoden, mit aktuellem Wissen, in Einklang mit der Natur und mit viel Liebe zum Produkt sind dabei oberstes Gebot. Mit Unimarkt haben wir den idealen Partner für den Vertrieb unserer Wurstspezialitäten gefunden, da für den Lebensmittelhändler „Regionalität“ nicht nur eine Worthülse ist, sondern tagtäglich gelebt wird.*

Josef Fischelmaier

#### **Mairinger Most & Mehr**

In Wartberg ob der Aist, liegt der obstverarbeitender Betrieb der Familie Mairinger. Dort werden Moste, Fruchtsäfte und Destillate von



höchster Qualität produziert und vermarktet. Die Kombination von traditionellen Werten, überliefertem Wissen und modernster Produktions- und Kellertechnik ist dabei der Grundstein

*„Seit sieben Jahren sind unsere Moste und Fruchtsäfte im “Genussland Regal” in allen oberösterreichischen UNIMÄRKTEN zu finden. Wir haben mit UNIMARKT den idealen Partner gefunden um den Regionalitätsgedanken der unser gesamtes betriebliches Tun umfasst im Lebensmittelhandel umzusetzen. Unimarkt bittet uns kleine Familienbetriebe immer wieder vor den Vorhang und gibt uns somit die Möglichkeit das Gesicht oder die Geschichte hinter den Produkten zu zeigen.“*

Markus Mairinger

### **Pflügelmeier Bio Gemüse**

Die Familie Pflügelmeier betreibt eine Landwirtschaft mit 40 ha. Davon sind ca. 5 ha Gemüse, welches vorwiegend direkt am Hof verarbeitet wird. Die Produktion und Verarbeitung erfolgt direkt am Hof, dadurch werden kurze Transportwege und frischeste Verarbeitung garantiert.

*„Das Besondere an unseren „Pepi’s Eingelegten“ ist neben der Frische – dadurch erreicht, dass Produktion und Verarbeitung am Hof erfolgt – dass wir den Aufguss nach traditionell bäuerlichem Rezept herstellen. An der Kooperation mit „Unimarkt“ schätzen wir sehr, dass Unimarkt ein Partner ist, der Regionalität ernst nimmt wie kein Anderer und sich nicht nur mit den Gesichtern einiger Regionaler Produzenten in den Foyers schmückt. Herleiten lässt sich dies dadurch, dass bei Unimarkt neben unseren „Gassenhauern Zucchini Salat, Gurkerl & Co auch jene Produkte funktionieren, für*

*deren Verkauf die Weitergabe von Hintergrundinformationen von Nöten ist – wie z.B. bei unseren Chutneys.“*

Gerald Pflügelmeier

### **Zagler Müslibär**

Florian Zagler mischt aus besten Bio-Zutaten und dem väterlichen Erfahrungsschatz von 35 Jahren eine neue Generation von Premium-Müslis. Dafür werden hochwertigste Zutaten aus kontrolliert biologischem Anbau, in sorgfältiger Handarbeit mit österreichischem Bio-Blütenhonig veredelt.

*„Regionalität“ ist mittlerweile mehr als ein einfacher Wirtschaftsfaktor, es ist ein eigener sehr wichtiger Wirtschaftszweig für alle entlang der Versorgungskette geworden. Bäuerliche Betriebe, Direktvermarkter oder auch kleine gewerbliche Betriebe so wie wir es sind benötigen starke Handelspartner mit Handschlagqualität sowie es die Firma Unimarkt ist. Von einer Vermarktung nur „ab Hof“ könnten die wenigsten wirklich gesund und nahrhaft überleben, sofern sie auch eine professionelle und hoch qualitative Arbeit leisten wollen. Für die Konsumentinnen und Konsumenten wirkt sich dieser Kreislauf als eine große Wohltat aus, den sie erhalten beste regionale Qualität auch in Ihrem Unimarkt.“*

Florian Zagler

## **Die Genussland Oberösterreich-Handelsinitiative, eine Erfolgsgeschichte**

---

Bereits 2003 begründete Oberösterreich mit der Dachmarke Genussland Oberösterreich eine Initiative zur Stärkung der Landwirtschaft und heimischen Lebensmittelwirtschaft, mit dem Ziel den Konsumentinnen und Konsumenten die hohe Qualität und gesellschaftliche Bedeutung regionaler und saisonaler Lebensmittel bewusst zu machen. Im Jahr 2009 startete die **Genussland OÖ-Handelsinitiative**, die diese Erfolgsgeschichte mit dem Regional-Regal in den österreichischen Lebensmittelhandel brachte. Der Genussland-Produzenten-Pool besteht aktuell aus 70 bäuerlichen und gewerblichen Produzenten die dem Handel angeboten und von Josef Lehner und Wilhelm Krkosch umfassend betreut werden. *„Das Genussland Oberösterreich bietet dem Lebensmittelhandel ein umfassendes Sortiment mit Produkten aus 26 verschiedenen Warengruppen. Eine faire und partnerschaftliche Beziehung zwischen dem Handel und unseren Produzentinnen und Produzenten ist im Genussland Oberösterreich gelebte Realität“*, so Agrar-Landesrat Max Hiegelsberger. Dem gegenüber stehen die Handelspartner in Oberösterreich, Wien und Niederösterreich. Auf über 650 Standorten werden Produkte aus dem Genussland Oberösterreich erfolgreich angeboten und erfüllen das Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten nach authentischen, regionalen Lebensmitteln.

Seit dem Frühjahr 2017 geht das Genussland Oberösterreich, als erste regionale Initiative Österreichs, innovative Wege und setzt auf langfristige Markenbindung. Das neue Genussland-**Kindersortiment** zeigt: Regionale Lebensmittel und eine ausgewogene Ernährung können Kinder begeistern. Unter dem Projekttitel „Regionales für kleine Genießer“ entwickelten Josef Lehner, Geschäftsführer des Vereins Genussland Marketing OÖ und 24 Produzentinnen und

Produzenten, das Genussland-Kindersortiment. Rund 80 neu entwickelte oder gestaltete Produkte sollen Kindern, so früh wie möglich, den Zugang zu regionalen Lebensmitteln ermöglichen. Neben einer kindgerechten und ansprechenden Aufmachung wurde die Gestaltung der Verpackung oder die Formung des Lebensmittels auf die Bedürfnisse der Kinder abgestimmt.

### **Über Unimarkt**

---

Der regionale Nahversorger Unimarkt beschäftigt rund 1.310 Mitarbeiter und ist in den Bundesländern Oberösterreich, Niederösterreich, Salzburg, Steiermark, Burgenland und Kärnten vertreten. Im Jahr 2016/ 2017 erzielte Unimarkt einen Umsatz von 287.917 Mio., was eine Umsatzsteigerung zum Vorjahr um 4,6 % bedeutet. Auch die Kundenanzahl konnte gegenüber dem Vorjahr um 4,45 % gesteigert werden. Unter dem Namen Unimarkt firmieren sowohl selbstständige Franchisepartnern als auch Eigenfilialen. Aktuell gibt es 55 Franchisepartner sowie 75 Eigenfilialen, was eine Gesamtanzahl von 130 Geschäften ergibt. Unimarkt möchte sich in den nächsten Jahren strategisch noch stärker in Richtung Franchise-Anbieter entwickeln. Dadurch kann der Lebensmittelhändler das Thema Regionalität noch stärker in den Mittelpunkt rücken, da der Kontakt eines Franchisepartners zu den regionalen Produzenten sowie Kunden in seiner Umgebung noch intensiver und persönlicher ist.

**Rückfragekontakt Unimarkt:**



Sandra Pichler, M.A.  
Egger-Lienz-Str. 14  
A-4050 Traun  
Tel. +43(0)7229/601-2428  
[sandra.pichler@unimarkt.at](mailto:sandra.pichler@unimarkt.at)