

34%

des Frischfleisches werden im Lebensmittelhandel bereits als Aktionsware verkauft.

6,99 Euro

Gastronomie: Personal, Service, Gastrosparren (durch Minusrechnung vom Gesamtpreis ermittelt)

Verkaufspreis Gastronomie
10,30 Euro

KLEINE ZEITUNG Quelle: EIGENE MARKTBEOBSACHTUNG, LANDESWIRTSCHAFTSKAMMER STEIERMARK; Fotos: FOTOLIA (5)

MILCH-PREISVERGLEICH

Während ein Liter Frischmilch durch diverse Aktionen (1+1 gratis) zum Teil um 0,49 Euro zu haben ist, kostet im Handel erhältliche Katzenmilch umgerechnet 4,95 Euro.

1 Liter Katzenmilch



4,95 Euro
(0,99 Euro pro 200-ml-Flasche)

1 Liter Frischmilch



0,49 Euro
in „1+1 gratis“-Aktion

AKTIONS-HENDL

Von einem Kilo Hendlfleisch, das im Handel ab 3,49 Euro zu haben ist, bekommt der Bauer ca. 1,20 Euro – dessen Produktionskosten liegen aber bei 1,13 Euro je Kilo.

Aktion
3,49€



Bauer kriegt 1,20 Euro pro Kilo
Kosten für Produktion pro Kilo:

- Küken
- Futter
- Einstreu
- Reinigung
- Kontrolle
- Versicherungen (u. a. Salmonellen)
- Energie

Gesamtkosten 1,13 Euro

Dem Bauer bleiben **0,07 Euro (7 Cent) pro Kilo**

INTERVIEW

Handels-Experte Peter Schnedlitz (WU Wien): Heimischer Handel hat höchsten Aktionsanteil in Europa KK



„Aktionen wirken wie eine Droge“

Im Lebensmittelhandel ist neuerdings auch Aktionsfleisch zu finden, das nach höchsten Tierchutz- und Fütterungskriterien produziert wurde. Was halten Sie von der Entwicklung?

PETER SCHNEDLITZ: Gar nichts. Erst hängt man sich ein grünes Mäntelchen um, dann verschleudert man es, das kann langfristig nicht gut gehen. Aber an der Dichte der Aktionen quer durch den Handel erkennt man: Das dürfen derzeit keine guten Monate für den Lebensmittelhandel sein.

Inwiefern?

SCHNEDLITZ: Galten Aktionen früher für ein Produkt, etwa eine Kiste bestimmtes Bier, waren es dann Aktionen auf Warengruppen, also alle Biere, nun sind wir bei Rabatten für eine gesamte Marke oder für einen gesamten Einkauf angelangt.

Liegt das am Konkurrenzkampf des Handels oder an der Kaufunlust der Österreicher?

SCHNEDLITZ: An beidem. Der Handel versucht, stotternde Kaufunlust durch Aktionen am Köcheln zu halten. So ist Österreich nun mit 30 Prozent Aktionsanteil über alle Warengruppen europaweit in der ersten Liga, weit vor Deutschland mit 20 Prozent. Waren wie Bier, Kaffee oder Toilettenpapier werden praktisch ausschließlich nur noch gekauft, wenn sie in Aktion sind.

Sind Bauern darauf angewiesen, um ihre Ware loszuwerden?

SCHNEDLITZ: Zum Teil ja. Solche Aktionen bringen schnell eine Verzehnfachung des Volumens.

Bis man sich daran gewöhnt.

SCHNEDLITZ: Aktionen wirken wie eine Droge. Kurzfristig liefern sie Hochgefühl, bei Handel und Konsumenten. Um das zu halten, muss man die Dosis steigern. So lange, bis man (im Falle des Handels) krank davon wird.

INTERVIEW: ULRICH DUNST

Billigst-Lebensmittel



„Diese Preisschleuderaktionen wie jetzt vernichten die Existenz unserer Bauern.“

Hans Seitinger, Agrarlandesrat LR

reagiert man zerknirscht: Es handelt sich um einen Druckfehler, gemeint sind nicht 3,49 Euro für zwei Hendl, sondern pro Kilogramm, also rund fünf Euro pro Hendl.

Bauernvertreter bleiben aber bei ihrer Kritik, auch das sei fast verschenkt. „Wo soll das hinführen, wenn selbst Premiumprodukte verschleudert werden?“, sagt Landwirtschaftskammer-Präsident Franz Titschenbacher, der vom Handel auch „die preisliche Wertschätzung von wertvollen Lebensmitteln“ einfordert. Laut Geflügel-Experte Anton Koller blieben dem Bauern da pro Hendl nicht mehr als sieben Cent je Kilo (siehe Grafik). „Selbst wenn der

KLZ/KANIZAI



„Katzenfutter ist teurer als Fleisch. Wo bleibt die Wertschätzung für wertvolle Lebensmittel?“

Franz Titschenbacher, Landw.kammer

Bauer dann 20.000 Hendl im Stall hat, was dann ja auch wieder kritisiert wird, würde er so nicht mehr als 13.000 Euro brutto im Jahr verdienen“, rechnet er vor.

„Solche Preisschleuderaktionen vernichten die Existenz unserer Bauern“, sagt auch Agrarlandesrat Hans Seitinger: „Wenn sie für ihre wertvollen Produkte noch draufzahlen müssen, bedeutet das den Tod unserer Familienbetriebe.“ Auch käme es einem Todesstoß aller Bemühungen hin zu mehr Tierchutz gleich. So sind sich Koller und Handelsexperte Peter Schnedlitz einig, dass Premiumlinien wie Pro Planet eine gute Sache für Tiere, Bauern und Kon-

sumenten seien. „Umso befremdlicher ist es, dass dieses Fleisch dann in Aktion ist“, so Schnedlitz.

Bei Merkur-Mutter Rewe argumentiert Sprecherin Ines Schurin so: Aktionen seien ein „gelerntes Instrument“, das Kunden einfordern. „Über zeitlich befristete Aktionen“, wie im Fall des Pro-Planet-Hendls, „versuchen wir, Konsumenten nachhaltigeres Fleisch schmackhaft zu machen und sie von der Qualität zu überzeugen.“ Das solle Anreiz schaffen, „auch außerhalb der Aktionen zu nachhaltigeren, aber regulär teureren Produkten zu greifen.“ Dass dies funktioniert, bezweifelt Handelsforscher Schnedlitz, weil der Kunde die Aktionsdosis wie bei Drogen erhöht haben wolle.

PS: Am Ende der TV-Sendung hat „Bauer Willi“ sein mitgebrachtes Gemüse an Leute im Studio verschenkt, auch das Katzenfutter. Eine junge Katzenbesitzerin im Studio wollte das Futter aber partout nicht annehmen. Begründung: Für ihre Katze kaufe sie „dieses billige Zeug nicht“.