

PRESSEINFORMATION

Wiener Neudorf, 19. Mai 2016

Herausforderung Milchmarkt: Bio-Milch zahlt sich aus – für alle Beteiligten!

Differenzierung zahlt sich aus, mit Produktion in die Masse zahlt man drauf. So lässt sich die Situation am heimischen Milchmarkt in wenige Worte fassen. Während die Preise für konventionelle Milch seit geraumer Zeit stark unter Druck stehen, bekommen die Biomilch-Bauern von Ja! Natürlich derzeit so hohe Preise wie noch nie – besonderes Erfolgsprojekt ist die Bio-Heublumenmilch. Nur bei Ja! Natürlich wird übrigens gänzlich auf die Anbindehaltung von Trinkmilch-Kühen verzichtet. 100% Freiheit für alle Bio-Milchkühe als Standard in Österreich – so lautet daher die engagierte Forderung von Ja! Natürlich zur weiteren Differenzierung von Bio.

Dem Handel wird oft vorgeworfen, für die niedrigen Milchpreise verantwortlich zu sein. Tatsächlich wird der Einfluss des Handels in der österreichischen Milchproduktion aber tendenziell deutlich überschätzt, denn nur ein Viertel der produzierten Milchmengen geht in den Lebensmitteleinzelhandel (und ca. 9 % Prozent davon an die REWE International AG), die restlichen drei Viertel jedoch in Gastronomie, Großküchen und am meisten in den Export. Vor allem am internationalen Markt herrscht ein reger Preiskampf, denn dort hat derjenige eine Vormachtstellung, der am günstigsten produziert – und derzeit wird fast überall billiger angeboten als in Österreich. Während der Preis für konventionelle Milch also kontinuierlich gesunken ist, ist der Preis für Bio-Milch derzeit so hoch wie noch nie. So hat sich der Zuschlag für heimische Bio-Milch innerhalb eines Jahres von 7,5 auf 11 Cent netto erhöht, bei der Ja! Natürlich Top-Qualität wird den Bauern inklusive Heumilchzuschlag sogar ein Aufpreis von 18,3 Cent netto zuerkannt.

Ja! Natürlich Erfolgsrezept: Bedürfnisse rechtzeitig erkennen und in Produkte übersetzen

Der Grund für diesen Unterschied liegt für Martina Hörmer, Geschäftsführerin von Ja! Natürlich in der Kraft der Differenzierung. „Wer sich für die Orientierung auf Produktion in die Masse entscheidet, muss mit niedrigeren Milchpreisen rechnen. Aber mit der Orientierung an den

Kundenbedürfnissen verbunden mit Innovation schaffen Bauern ein Differenzierungsmerkmal, das sich auch in wirtschaftlicher Hinsicht lohnt. Ja! Natürlich beschreitet seit jeher konsequent den Weg der fortwährenden Verbesserung und Differenzierung. Besonders wichtig ist dabei Trends und Bedürfnisse der Kunden rechtzeitig zu erkennen, richtig zu deuten und gemeinsam mit unseren Partnern in erfolgreiche Produkte zu übersetzen.“

Helene Karmasin: Der Konsument von heute will für seinen Konsum gerade stehen

Helene Karmasin, Behavioural Insights unterstreicht die Notwendigkeit zur Differenzierung in Richtung Qualität: „Menschen sind zunehmend dazu bereit, für Produkte mit emotionalem Wert und solchen, die ihren Vorstellungen von der Welt entsprechen, in der sie leben möchten, mehr zu bezahlen. Damit werden Produkte und Marken zu Trägern von Werten, zu denen sich Anbieter wandeln müssen. Die Gruppe von Konsumenten, die sich wünscht, dass soziale Werte wie Umweltschutz, soziale Fairness und zunehmend auch Tierschutz berücksichtigt werden, wird immer größer. Speziell Tierschutz spielt dabei eine zunehmend wichtige Rolle. Die Vorstellung, dass Tiere nicht wie Lebewesen behandelt werden und dass man mit einem Produkt auch das Leid von Tieren isst, ist vielen Menschen unerträglich. Konsumenten möchten das, was man isst, auch moralisch akzeptieren können. Sie wollen beim Essen ein gutes Gefühl haben und wünschen sich gleichzeitig, dieses gute Gefühl mit einem Produkt auch unkompliziert kaufen zu können und dabei keine Abstriche bei der Qualität machen zu müssen. Allerdings spielt hier die Frage des Vertrauens eine große Rolle. Denn Kunden können nicht überprüfen, ob ihre Forderungen von Lebensmittelherstellern tatsächlich eingehalten werden. Für Marken geht es also darum, ihre Leistungen über Jahre unter Beweis zu stellen, authentisch und überprüfbar zu sein und dem Konsumenten damit das zu bieten, was er sucht: ein gutes Gefühl, einen kleinen Beitrag zu einer besseren Welt, aber auch das hedonistische Vergnügen von Genuss und Qualität“, so Karmasin.

Freiheit für Trinkmilch-Kühe: Ja! Natürlich dankt engagierten Bio-Bäuerinnen und Bauern

Bei Ja! Natürlich befindet sich seit 2016 keine Trinkmilch-Kuh mehr in Anbindehaltung, die Kühe haben 365 Tage Auslauf im Jahr und sind mindestens 120 Tage davon auf der Weide oder im Hochgebirge auf den Almen. Das ist *einzigartig* in ganz Österreich. „Derartige Standards sind nur in enger Zusammenarbeit mit den richtigen Partnern wie der Pinzgau Milch und der SalzburgMilch, vor allem aber mit unseren Bio-Bäuerinnen und Bauern im Nationalpark Hohe Tauern und im Salzburger Flachgau möglich - bei ihnen möchten wir uns an dieser Stelle ausdrücklich für die

Anstrengungen und gute Zusammenarbeit bedanken. Denn genauso wenig wie man einen Preisverfall durch Regulierungsbehörden stoppen kann, kann man beste Qualität einfach herbeiprüfen oder bestellen. Neue Produkte mit höchster Qualität müssen in fairer und verlässlicher Partnerschaft entwickelt, produziert und zu den Konsumenten gebracht werden“ so Andreas Steidl, leitender Direktor des Qualitätsmanagements von Ja! Natürlich.

In Österreich lag die Gesamtmilcherzeugung 2014 bei rund 3.494.000 Tonnen, davon waren ca. 14 Prozent Bio-Milch. In Salzburg werden mit mehr als 27.000 Milchkühen 37 Prozent der österreichischen Bio-Milch produziert; der Bioanteil liegt mit 38,5% in Salzburg am höchsten. Steidl ist überzeugt, dass gerade im Milchmarkt noch großes Differenzierungspotenzial für die heimischen Landwirte liegt. Vorausgesetzt, die Produktion orientiert sich an den Bedürfnissen der Kunden und den von ihnen gewünschten hohen Standards, dies betrifft Produktqualität und damit auch die Tierhaltung. Auch wenn in Bio-Betrieben die Einheiten mit 12 Kühen im Durchschnitt kleiner sind als vergleichsweise im konventionellen Bereich, gibt es Verbesserungsbedarf bei Auslauf, Stallhaltung (endgültiger Ausstieg aus der Anbindehaltung), Weidegang und Futter. Solche Mehraufwendungen werden dem Landwirt auch von Handel und Kunde abgegolten. Bestes Beispiel dafür ist die neue Bio-Heublumenmilch von Ja! Natürlich. Sie vereint alle Vorteile der biologischen Landwirtschaft und nimmt mit größtmöglicher Frische, Qualität und höchsten Standards bei Tierwohl eine Alleinstellung im Lebensmittelhandel ein: 365 Tage Auslauf im Jahr, im Sommer frisches Gras, im Winter getrocknetes Heu, nur wenig Bio-Getreide und der konsequente Verzicht auf gärendes Silo-Futter sorgen für Milcherzeugung auf höchstem Niveau. Dies ist Voraussetzung für die *einzig* am Markt befindliche *echte Frischmilch* – wie sie ursprünglich im Codex definiert war – also auch mit schonender Be- und Verarbeitung. „Unsere Bio-Heublumenmilch ist ein Musterbeispiel für einen erfolgreichen Premium-Ansatz. Wir können ohne Übertreibung sagen, dass diese Milch die beste Milch ist, die Sie heute in einem Supermarkt kaufen können“, so Hörmer.

Ja! Natürlich warnt vor Preisgefahr bei Bio Milch durch „Billig-Bio“

Obwohl Bio-Bauern derzeit für ihre Milch so hohe Preise und Zuschläge wie noch nie bekommen, ist nicht alles eitel Wonne. Andreas Steidl warnt eindringlich vor möglichen Preisverfällen: „Wir sehen, dass es momentan Tendenzen am Markt gibt, die darauf hinweisen, dass auch der Preis der Bio-Milch zurückgeht. Das liegt vor allem daran, dass die Anlieferungen im Bereich der Bio-Milch noch stärker gestiegen sind als im konventionellen Sektor und diese zusätzlichen Bio-

Milchmengen aktuell nicht mehr so leicht exportiert werden können. Ein Grund dafür ist in den Standards zu sehen, die nach Einschätzung von Ja! Natürlich zu wenig der Kundenerwartung entsprechen und aus agrarpolitischen Motiven niedrig gehalten werden. Dies erleichtert zwar den Umstieg auf Bio und die Leistungssteigerung innerhalb bestehender Biobetriebe – was aber wiederum zu einer Überproduktion am Markt führt. Als Bio-Hersteller muss es aber unser täglicher Anspruch sein, uns immer weiter zu differenzieren. Wir dürfen uns nicht mit dem Mittelmaß zufriedengeben, sondern müssen versuchen, immer besser zu werden. Nur dann können wir dem Bio-Gedanken zur Gänze gerecht werden. Ein Billig-Bio Ansatz schadet am Ende des Tages der gesamten Branche.“

Ja! Natürlich-Vision: 100% Freiheit für alle Bio-Milchkühe als Standard in Österreich

Ja! Natürlich hat immer wieder neue Maßstäbe in der Bio-Landwirtschaft – und vor allem in der Tierhaltung – gesetzt. Ein besonders erfolgreiches Beispiel: nach jahrelanger Forschungsarbeit wurde 2013 das Projekt „Moosdorfer Haushuhn & Gockelhahn“ gestartet, im Rahmen dessen das unnötige Töten männlicher Küken in der Eierproduktion erstmals von Ja! Natürlich beendet wurde. Seit Anfang 2016 ist das nun österreichischer Bio-Standard und alle Bio-Eier Produzenten halten sich an diese Vorgabe. „Was uns bei den männlichen Küken mit Beharrlichkeit gelungen ist, wollen wir auch bei der Bio-Milch umsetzen: Wir wollen keine Anbindehaltung, also 100% Freiheit für alle Bio-Milchkühe in Österreich. Das ist unsere Vision für die nächsten Jahre. Eine Vision bei der wir selbst schon sehr viel erreicht haben, aber noch mehr tun müssen. Derzeit genießen bei Ja! Natürlich bereits alle Trinkmilch- und insgesamt 70% aller Bio-Kühe diese Freiheit. Unser erklärtes Ziel ist es die Anbindehaltung so bald wie möglich für alle unsere Bio-Milchkühe zu verbannen“, so Hörner abschließend.



Bildtext zum übermittelten Bildmaterial:

Bild 1: Martina Hörmer (Ja! Natürlich), Andreas Steidl (Ja! Natürlich), Helene Karmasin (Behavioural Insights)

Bild 2: Ja! Natürlich Heublumenmilch

Credits: Ja! Natürlich/Christian Dusek

Über Ja! Natürlich

1994 – vor mehr als 20 Jahren – begann die Erfolgsgeschichte von Österreichs größter Bio-Marke, die heute eine Produktpalette von über 1.100 Produkten umfasst. Die REWE Group Eigenmarke steht für Produkte aus biologischer Landwirtschaft, hochwertige Qualität, besten Geschmack, vollkommene Transparenz und das Wirtschaften im Einklang mit der Natur. Das alles hat oberste Priorität. Denn Ja! Natürlich bedeutet Genuss mit Verantwortung: Verantwortung gegenüber Mensch, Tier und Umwelt – aber auch Verantwortung gegenüber biologisch wirtschaftenden LandwirtInnen. Deshalb leistet die Bio-Marke auch einen wesentlichen Beitrag zu deren Förderung: Sie garantiert den Bio-Bäuerinnen und -Bauern eine sichere Abnahme und honoriert den Mehraufwand der biologischen Landwirtschaft mit den höchsten Bio-Zuschlägen des Landes. Unter dem Motto „Bio in Hülle und Fülle“ setzt Ja! Natürlich seit einigen Jahren auf Green Packaging und damit neue Maßstäbe, was umweltschonende Verpackungen angeht. Ja! Natürlich ist bei BILLA, MERKUR, BIPA, ADEG und SUTTERLÜTY erhältlich.

Weitere Informationen unter www.janatuerlich.at und auf <http://magazin.janatuerlich.at/>.

Rückfragehinweis REWE International AG:

Mag. Ines Schurin, Pressesprecherin und Leiterin Media Relations

REWE International AG, Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16, A-2355 Wiener Neudorf

Tel.: +43 2236 600 5261, E-Mail: i.schurin@rewe-group.at