

LGV-Erntebilanz 2014: Turbulente Zeiten für frisches Gemüse



Im Bild v.l.n.r.: LGV-Vorstand Mag. Gerald König, LWK KDIR und Aufsichtsrat Vorsitzender Ing. Robert Fitzthum (re)

Credit: LGV-Frischgemüse
Fotograf: Emmerich Maedl www.maedl.at

Wien (OTS) - LGV-Frischgemüse, Österreichs größter Frischgemüseproduzent, beendet 2014 ein sehr herausforderndes Anbaujahr. Drei Faktoren prägten den Gemüseanbau der abgelaufenen Saison: der milde Winter zu Beginn des Jahres, das Fehlen einer Hochdruckperiode im Hochsommer sowie die europäische Marktsituation aufgrund der Russland-Sanktionen. Dennoch gelang es der LGV-Frischgemüse dank ihrer Spezialisierung auf Premiumsorten und Innovationen ein stabiles Ergebnis zu erwirtschaften: Mit prognostizierten 62,5 Mio. Euro blieb der Umsatz der Gärtnergenossenschaft nur 4 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis.

Zwtl.: Zahlreiche Hürden für den Verkauf von Frischgemüse

Bereits der Start in die heurige Frischgemüsesaison war holprig. "Die Konsumenten realisierten heuer den Zeitpunkt, ab dem erstmals heimisches Gemüse in den Regalen erhältlich war, sehr verhalten. Aufgrund des milden Winters in ganz Europa gab es trotz Start der heimischen Frischgemüsesaison noch ausreichend ausländische Ware", gab KD Ing. Robert Fitzthum, Aufsichtsratsvorsitzender der LGV-Frischgemüse, erste Einblicke in den Verlauf der vergangenen Monate.

Besonders bitter war dann die Entwicklung der Marktsituation während der Hauptverkaufszeit. Der trübe, warme Sommer in Wien und Niederösterreich war für den Anbau nicht optimal, viel schlimmer noch wirkte sich das Fehlen der sommerlichen Hochdruckperiode jedoch auf den Konsum aus. "Wenn das Wetter nicht sommerlich ist, denkt keiner ans Grillen, frische Salate und sommerliche Gemüsespeisen. Im August

ist der Gemüsekonsum massiv eingebrochen ", zieht Fitzthum Bilanz. Der Umsatz der LGV-Gärtner fiel im Juli auf 13 Prozent unter Schnitt, der August schlug sogar mit noch drastischeren minus 17 Prozent zu Buche. 150 Tonnen der Frischgemüseernte spendete LGV wie in den vergangenen zehn Jahren an Sozialmärkte, dies entspricht einem Zuwachs von 11 % gegenüber dem Vorjahr.

Die Zurückhaltung des Frischgemüsekonsums belegen auch die Roll-AMA-Zahlen: Im zweiten Trimester 2014 wurden gemäß Roll-AMA* im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Vorjahr 8,7 Prozent weniger an Fruchtgemüse verkauft, dies entspricht einem Umsatzminus von 4 % für den Lebensmittelhandel. Besonders gut sieht man die Dramatik, betrachtet man die im Handel verkauften Mengen an Gurken (minus 19,9 Prozent) und Paradeisern (minus 8,7 Prozent) im zweiten Trimester 2014. "Das Umsatzminus im Handel ist im Gleichklang mit dem Umsatzminus der LGV", fasst Fitzthum zusammen. *(Anm.: Roll AMA - rollierende Agrarmarkt Analyse, gemessen an 2500 Haushalten österreichweit)

Als dritter Faktor kam heuer zusätzlich noch die Russland-Krise ins Spiel. Für LGV-Frischgemüse ist Russland zwar kein nennenswerter Exportmarkt, der russische Import-stopp für europäische Waren führte jedoch dazu, dass die für Russland bestimmten Mengen anderer Erzeugerländer zu sehr geringen Preisen auf den europäischen Markt geworfen wurden. Dies betraf vor allem die Spannen bei den Standardprodukten - lose Rispen Tomaten, Salatgurken, Tricolore Paprika -, die gegenüber billigen Importen keinen Absatz mehr fanden. "Ein Teufelskreis - ganz Europa hat sich gegenseitig bei den Gemüsepreisen unterboten. Durch den schwachen Gemüse Konsum in Österreich musste unser Qualitätsgemüse in Niedrigpreismärkte exportiert werden", fasst Robert Fitzthum zusammen.

Insgesamt ist die Gärtnergenossenschaft mit einem blauen Auge aus der Saison hervorgegangen. In der Gesamtbetrachtung bleibt der Jahresumsatz der LGV-Frischgemüse mit 62,5 Mio. Euro vier Prozent hinter dem Vorjahresergebnis von 65 Mio. Euro - wobei in beiden Jahren die gleiche Gemüsemenge von 38 Tausend Tonnen erwirtschaftet wurde.

Zwtl.: LGV-Spezialitäten bei Kunden gut verankert

Als Rettungsanker in der Not erwies sich auch in diesem Anbaujahr wieder die Premiumlinie der LGV-Frischgemüsegärtner: Immer mehr

LGV-Gärtner spezialisieren sich bei ihrem Anbau auf einzelne, besondere Sorten, die zwar aufwändiger in der Produktion und geringer im Ertrag sind, aber als Premiumgemüse dafür mit besonderem Geschmack und herausragender Qualität aufwarten. "Unsere Premiumstrategie hat uns jetzt bereits durch die dritte Erntekrise innerhalb weniger Jahre getragen. Ohne sie gäbe es für den heimischen Gemüseanbau schwer ein Überleben", drückt Mag. Gerald König, Alleinvorstand der LGV-Frischgemüse, es drastisch aus. Erklärtes Ziel sei es daher, den Innovationspfad für heimisches, regionales Gemüse beizubehalten und auszubauen. "Die Bewusstseinsbildung bei den Konsumenten - das Aufmerksam-Machen auf heimische Qualität - hat sich während der Russlandkrise deutlich bezahlt gemacht. Die Kunden griffen ganz bewusst nach unseren regionalen Spezialitäten", so König. Die Verkaufsteigerungen bei den LGV-Spezialitäten sind teilweise enorm: Der Umsatz mit LGV-Cherry Tomaten hat sich von 2012 auf 2014 fast verfünffacht. Auch die Mini-Gurken sind sehr beliebt - ihr Umsatz steigerte sich in den vergangenen 2 Jahren um beachtliche 75 Prozent, jener mit Melanzani um 68 Prozent.

Zwtl.: Pläne für die kommende Saison

Als besonders begehrt erwiesen sich 2014 zum wiederholten Mal die kleinen Premium-Paradeisersorten wie die Snacktomaten Dolcinis und die verschiedenen Cherry Tomaten, die in der kommenden Saison weiter stark ausgebaut werden, ebenso wie die immer beliebteren Ochsenherztomaten. "Bei Tomaten erwirtschaften wir bereits 60 Prozent unseres Umsatzes mit unseren Spezialitäten. 2015 wird es noch mehr sein", lässt König in die Planung für das kommende Jahr blicken.

Als Innovation kommt 2015 die LGV Wiener Selektionsgurke auf den Markt, eine spezielle Sorte mit wenigen und ganz kleinen Kernen. Als großer Erfolg erwies sich auch die 2013 neu eingeführte Convenience-Linie der LGV-Frischgemüse, unter der die LGV-Gärtner hochwertige, konsumfertige Premiumsalate anbieten. "Mit unserer Convenience-Linie konnten wir den Umsatz binnen eines Jahres von 1,1 Mio. Euro auf 3,5 Mio. Euro mehr als verdreifachen. Besonders der gesteckte Vogerlsalat ist ein Riesenprodukt mit noch weiterem Wachstumspotenzial, gefolgt von Babyspinat," zeigt sich König stolz über die Entwicklung.

Als Learnings für das kommende Jahr plant die LGV-Frischgemüse wieder ein stärkeres Augenmerk auf die Kommunikation zum Saisonstart zu legen. "Wir müssen die Kunden stärker darauf hinweisen, ab wann

heimisches Gemüse verfügbar ist, um ihnen die bewusste Entscheidung für die Qualität aus der Region zu erleichtern", resümiert Gerald König.

Zwtl.: Über LGV-Frischgemüse:

LGV-Frischgemüse ist Österreichs größter Frischgemüseproduzent. Das genossenschaftlich organisierte Unternehmen wurde bereits im Jahr 1946 unter dem Namen "Landwirtschaftliche Gemüse- und Obstverwertungsgesellschaft für Wien und Umgebung" gegründet und vereint über 100 Gärtnerfamilien aus Wien und Niederösterreich.

Die LGV-Gemüsegärtner bieten während der heimischen Saison von Februar bis November viele verschiedene frische Gemüsesorten an, von Melanzani über Paradeiser, Paprika und Gurken bis Karfiol oder Vogerlsalat.

~

Rückfragehinweis:

Kerstin Olsa, Presse

LGV Frischgemüse Wien reg. Gen.m.b.H.

T: +43 (0)1/76069-410

E: k.olsa@lgv.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4333/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0084 2014-11-06/10:47

061047 Nov 14

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20141106_OTS0084