



# In Italien gibt es Resch-Brot in der Apotheke

## Mit Spezialitäten kann Österreichs Lebensmittelwirtschaft die südlichen Nachbarn als Kunden gewinnen

Von Josef Lehner aus Mailand

„Italiener geben im Schnitt 18 Prozent ihres Einkommens für Nahrung aus“, schwärmte Oberösterreichs Agrar-Landesrat Max Hiegelsberger am Montag bei einem Besuch auf der Mailänder Genussmesse „Tuttofood“ vom Heißhunger der Nachbarn. Das ist um rund die Hälfte mehr als die Österreicher. Das Potenzial ist also auch für österreichische Lebensmittel groß.

Hiegelsberger eröffnete mit der niederösterreichischen Wirtschafts-Landesrätin Petra Bohuslav den Gruppenstand der österreichischen Außenwirtschaft auf dem Mailänder Messegelände. Die Italiener haben im Vorjahr zwar nur im Wert von je rund 20 Euro österreichische Agrarprodukte und Lebensmittel gekauft. Das summiert sich aber auf beinahe 1,3 Milliarden Euro, womit unser südliches Nach-

barland nach Deutschland der zweitwichtigste Importeur österreichischer Lebensmittel ist.

Auf der „Tuttofood“ präsentierte sich erstmals der Welser Großbäcker Resch & Frisch, der vor einem Monat nahe Vicenza eine Italien-Niederlassung eröffnet hat und über den Tourismus – mit Hotels und Restaurants vom Gardasee bis zur Adria – groß ins Geschäft kommen will.

### Glutenfreies ist gefragt

Sehr erfolgversprechend seien gluten- und lactosefreie Produkte, weil die italienischen Provinzen ihren Zöliakie-Kranken mehr als 100 Euro im Monat für Brot zuschießen. „Verkauft wird es aus diesem Grund über Apotheken“, erzählt Marketingleiterin Sabine Schgör.

Ebenfalls in Mailand vertreten sind die Strobl Naturmühle aus Linz, Senna (Vivatis Linz) und Berg-



Resch & Frisch in Mailand: Marketingchefin Sabine Schgör mit Genuss-Landesrat Max Hiegelsberger (l.) und Roland Fischer, Sprecher des Lebensmittelclusters ÖÖ.

landmilch (Schärdinger). Die Lenzingener Firma Jodl präsentiert ihre Verpackungen für Lebensmittel. Gefragt sind auch Fleisch- (z. B. Handl, Greisinger) und Milchpro-

dukte (Bergland) sowie Süßigkeiten. Von 2500 Ausstellern waren aber nur 18 aus Österreich. „Die Charakteristik ist, dass unsere Produzenten nicht wie am Heimmarkt

auf fünf Großabnehmer stoßen, die mehr als 90 Prozent des Lebensmittelumsatzes machen, sondern auf viele Nachfrager, auch Fachgroßhändler“, sagt Michael Blass, der Geschäftsführer der Agrarmarkt Austria Marketinggesellschaft. Die Chancen, Kunden zu finden, seien breiter gestreut.

Wie Italien Genussmittel vertreibt, zeigt sich auch an der jungen Kette „Eataly“, die Spezialitätenladen und Restaurant in einem ist. Hiegelsberger hofft, dass sich ein ähnliches Konzept auch mit österreichischen Genussprodukten entwickeln lässt. „Eataly“ ist mittlerweile Exportschlager mit großen Standorten in US-Metropolen, in Dubai und auch in Japan. Demnächst wird in München ein Leitbetrieb eröffnet. „Eataly“ lädt zum Essen, Einkaufen und zum Lernen ein: vom Wissen über Lebensmittel bis hin zum Kochkurs.

TUTTOFOOD 2015

# Oberösterreichische Schmankerln international in aller Munde

**WELS/MAILAND.** Zeitgleich zur EXPO fand kürzlich die bedeutendste internationale Lebensmittelfachmesse in Mailand statt. Neben weltweiten Gourmetstückerln stach unter anderem österreichisches Brot hervor.

Aufgrund der zeitlichen, räumlichen und vor allem thematischen Überschneidungen erreichte die Tuttofood 2015 besondere, internationale Aufmerksamkeit.

Rund 50.000 Fachbesucher aus 70 Nationen reisten zu der Weltausstellung an Lebensmitteln nach Italien. So auch Agrar-Landesrat

haben sich heuer neu Meeresfrüchte, Bioprodukte (green Food) und Cerealien hervorgetan. Österreich war mit dem „go-international Österreich-Stand“, beteiligt, worauf neun österreichische Aussteller Ware „made in Austria“ präsentieren. „Der eindrucksvolle Auftritt der Oberösterreicher belegt die engen und guten Verbindungen mit unserem zweitwichtigsten europäischen Exportmarkt Italien“, betont Agrar-Landesrat Max Hiegelsberger.

## Welscher Unternehmen geschmackvoll präsentiert

Unter den Vertretern auch der heimische Backwarenerzeuger

Resch&Frisch, mit Hauptsitz in Wels. Österreich sei in Sachen Brot/Gebäck nämlich sehr beliebt:

„Ein schwarzer Wecken ist in Italien ein Spezialbrot“, sagt Massimo Turrini, der Resch&Frisch in Italien vertritt. Das Unternehmen verfügt in



Oberitalien mittlerweile über rund 250 Kunden, kürzlich wurde eine Niederlassung in Vicenza eröffnet, künftig soll der Markt bis Verona bearbeitet werden. „Wirtschaftlich unsichere Zeiten führen dazu, dass Kunden verstärkt auf ehrliche und qualitativ hochwertige Produkte mit Rohstoffen aus Österreich zurückgreifen“, sagt Josef Resch zum Auftritt auf der Tuttofood in Mailand. Sehr erfolgversprechend seien gluten- und lactosefreie Produkte, weil die italienischen Provinzen Menschen mit Glutenunverträglichkeit Geld für das Brot zuschießen. Verkauft werde es aus diesem Grund in Apotheken.

Über einen vollen Messestand konnte sich auch die Berglandmilch mit der Zentrale in Wels freuen. Den Mozzarella von Österreichs größter Molkerei essen auch die Italiener gerne. „Der italienische Markt zählt nach Deutschland zu unseren wichtigsten Exportmärkten. Daher ist die Präsenz auf der Tuttofood wichtig und wir konnten wichtige Kundengespräche führen, so Josef Braunschöfer, Generaldirektor der Berglandmilch eGen. ■



*Wirtschaftlich unsichere Zeiten führen dazu, dass Kunden verstärkt auf ehrliche Produkte zurückgreifen.*

JOSEF RESCH, RESCH&FRISCH

Max Hiegelsberger und das Lebensmittel-Cluster OÖ. Neben den herkömmlichen Fachhallen wie Käse, Süßwaren und Fleisch,

*Der italienische Markt zählt nach Deutschland zu unseren wichtigsten Exportmärkten.*

JOSEF BRAUNSHOFER, BERGLANDMILCH EGEN.

