

Medieninformation

„Qualität Tirol“ – ein Gütesiegel mit Mehrwert und Erfolgsgeschichte

Innsbruck, am 12. April 2022

Im Auftrag der Agrarmarketing Tirol wurde eine aktuelle Wertschöpfungsanalyse von der Gesellschaft für Angewandte Wirtschaftsforschung (GAW) in Innsbruck durchgeführt. Gegenstand der Studie war die Analyse jener regionalwirtschaftlichen Effekte, gemessen an Wertschöpfung, Beschäftigung und Einkommen, die entlang der gesamten Wertschöpfungskette von mit dem Gütesiegel „Qualität Tirol“ ausgezeichneten Lebensmitteln ausgehen. Die Ergebnisse wurden im Rahmen einer Pressekonferenz in Innsbruck präsentiert.

Qualität und Regionalität lohnen sich

„Wir haben die Agrarmarketing Tirol 1995 im Zuge des EU-Beitritts mit der Zielsetzung gegründet, die Vermarktung regionaler Lebensmittel zu verbessern und Wertschöpfung auf die heimischen bäuerlichen Betriebe zu bringen. Die vorliegende Studie zeigt deutlich, dass es gelungen ist, nicht nur den Wertschöpfungsanteil der Landwirtschaft zu steigern. Wir stärken auch nachweislich regionale Wirtschaftskreisläufe“, freut sich LHStv Josef Geisler. 2.000 bäuerliche Produzent:innen nutzen die Agrarmarketing Tirol als Drehscheibe für Produktentwicklung, Innovation sowie für Vertriebs- und Vermarktungsoffensiven. 380 Artikel zählen zum Produktsortiment mit dem Gütesiegel „Qualität Tirol“. „Regionalität zahlt sich aber nicht nur für die Konsument:innen und die Bäuer:innen aus. ‚Qualität Tirol‘ rechnet sich für alle. Jeder Euro, den wir in die Agrarmarketing Tirol investieren, kommt in Form von fiskalischen Rückflüssen siebenfach an die öffentliche Hand zurück“, verweist LHStv Geisler auf den gut eingesetzten Gesellschafterbeitrag des Landes. Äußerst erfreulich seien auch die kontinuierlichen Umsatzzuwächse, die die AMTirol trotz coronabedingter Einbrüche in der Gastronomie erzielen konnte.

Die Ergebnisse im Überblick

Stefan Jenewein von der GAW Innsbruck gibt Einblick in die wichtigsten Ergebnisse: „Im Jahr 2021 konnte ein Umsatz mit ‚Qualität Tirol‘ Produkten auf Basis ‚Endkonsument‘ von insgesamt 30 Mio. € erzielt werden. Die Steigerung zum Vorjahr beträgt damit rund 5 Mio. €. Dies zeigt, dass regionale Produkte in der Bevölkerung zunehmend an Bedeutung

gewinnen. Ein Großteil des Zuwachses kommt direkt der Tiroler Landwirtschaft zugute, so konnte der Umsatz im produzierenden Bereich um 4,5 Mio. € auf insgesamt 15,5 Mio. € gesteigert werden“. „Die Bedeutung der Agrarmarketing Tirol lässt sich jedoch nicht nur an den durch den Verkauf von ‚Qualität Tirol‘ Produkten erzielten Umsätzen und den fiskalischen Rückflüssen ablesen. Vielmehr gehen die regionalwirtschaftlichen Effekte (direkt, indirekt und induziert), die durch die Aktivitäten der Agrarmarketing Tirol ausgelöst werden, weit darüber hinaus. So lieferte die Agrarmarketing Tirol zuletzt einen Beitrag zum Tiroler Bruttoregionalprodukt von in Summe etwas mehr als 38 Millionen Euro und sicherte dabei allein im letzten Jahr 402 Jobs in Tirol (Vollzeitäquivalente).“, ergänzt Jenewein.

Der Verkauf von ‚Qualität Tirol‘ Produkten hat also nicht nur direkt für die Tiroler Landwirtschaft und den Tiroler Handel Relevanz, sondern – wenn auch in unterschiedlich hohem Maße – letztlich für die gesamte Tiroler Wirtschaft und damit für jeden einzelnen Wirtschaftssektor und die darin beschäftigten Personen.

Die Maßnahmen der AMTirol

„Konsumentinnen und Konsumenten sind verstärkt auf der Suche nach vertrauenswürdigen heimischen Produkten. Geschmack und Qualität sind dabei ebenso wichtig wie Ehrlichkeit, Nachhaltigkeit und Transparenz. Alles Attribute, die das Gütesiegel ‚Qualität Tirol‘ und dessen Leistungsversprechen ‚gewachsen und veredelt in Tirol‘ im Kern ausmachen. Die Erhebungen und Ergebnisse aus der Studie bestärken uns in unserem Tun, bestätigen unsere Strategie und verdeutlichen die Wichtigkeit unserer Tätigkeiten“, freut sich Matthias Pöschl, GF der Agrarmarketing Tirol, über die Resultate. „Die Agrarmarketing Tirol hat sich in den letzten Jahren stark weiterentwickelt, so konnten mit bewusst gesetzten Maßnahmen, wie bspw. einem verstärkten Auftritt am POS, dem Ausbau des Produktangebots und einer besseren Sichtbarkeit bzw. Verfügbarkeit im SB-Bereich sowie mit diversen Kommunikationsmaßnahmen, die Markensichtbarkeit und -wahrnehmung gesteigert werden. Es freut mich, dass wir gemeinsam mit unserem starken Netzwerk von verlässlichen Partnern aus den unterschiedlichsten Bereichen – von Produktion über Veredelung und Vermarktung – mit gemeinsamen Projekten sowie Initiativen die Wertschätzung und Wertschöpfung der Tiroler Landwirt:innen nachhaltig steigern können.“

Bildmaterial (honorarfrei, © AMTirol/Die Fotografen)

Kontakt:

Mag. Matthias Pöschl, Agrarmarketing Tirol GmbH, *Ein Unternehmen der Lebensraum Tirol Holding*,
Tel. 0512/575701-12

Mag. Stefan Jenewein, Gesellschaft für angewandte Wirtschaftsforschung KG, Tel. 0043 699 1905
8801, M: *jenewein@gaw.institute*
