

Mehr Indien als Österreich im Gurkenregal: Heimische Gurkenbauern schlagen Alarm

Wirtschaften am Land zeigt auf: Bei rund zwei Drittel der Essiggurkenprodukte im heimischen Regal ist die Herkunft nicht erkennbar. Besonders intransparent sind Eigenmarken des Handels: Bei 80% fehlt die Herkunftsangabe vollständig. Besonders alarmierend bei den Eigenmarken: Ein Viertel enthält Gurken aus Indien, 5 von 40 Gurkengläsern enthalten österreichische Herkunft.

Wirtschaften am Land überprüfte Anfang Juni 2026 in Filialen des Lebensmitteleinzelhandels insgesamt 98 Essiggurkenprodukte – davon 58 Markenartikel und 40 Eigenmarkenartikel. Die Ergebnisse wurden gemeinsam mit der efko Frischfrucht und Delikatessen GmbH und der Landwirtschaftskammer Oberösterreich im Rahmen einer Pressekonferenz am Betrieb von Alfred Aichinger in Hartkirchen präsentiert. Dabei fordern die drei Organisationen die Handelsketten dazu auf, die Herkunft transparent auszuweisen.

Acht von zehn Eigenmarken mit unklarer Herkunft

Bei 77,5 Prozent der Eigenmarken des Handels wird die Herkunft am Etikett für die Konsumenten nicht ausgewiesen. Auf Nachfrage von Wirtschaften am Land übermittelten die Handelsunternehmen zwar Informationen zur Herkunft, zum Teil wurden aber Listen mit bis zu 15 möglichen Herkunftsländern genannt. Seit dem EU-Beitritt Österreichs im Jahr 1995 und der damit verbundenen Marktöffnung sank der oberösterreichische Marktanteil bei Einlegegurken im Lebensmitteleinzelhandel von mehr als 80 Prozent auf rund 50 Prozent. Damit stehen immer öfter Gurken aus Indien, Russland oder der Türkei in heimischen Supermärkten. Besonders dramatisch: **Ein Viertel enthält Gurken aus Indien! Nur 5 von 40 Gurkengläsern der Handelseigenmarken enthalten österreichische Herkunft.**

„Die Konsumenten erwarten sich heimische Gurkerl, bekommen jedoch oft unwissentlich Gurken aus Indien. Speziell bei den Eigenmarken des Handels ist die Herkunft nicht erkennbar. Wir sehen hier eine dramatische Entwicklung für die Konsumenten und für die heimischen Gemüsebauern. Wer keine indischen Gurken will, muss beim Einkauf zu Produkten greifen, die die Herkunft ausloben und so sicherstellen, dass Wertschöpfung und Arbeitsplätze in Österreich bleiben.“ sagt **Mag. Robert Pichler, Obmann von Wirtschaften am Land.**

Importdruck gefährdet den Produktionsstandort Österreich

Importgurken aus Ländern wie Indien werden zu deutlich niedrigeren Kosten produziert. Das erhöht den Druck auf heimische Bauern und Verarbeiter. Gleichzeitig steigen in Österreich die Kosten für Arbeit, Energie und Betriebsmittel. **efko-Geschäftsführer Mag. Thomas Krahofner** fordert deshalb faire Bedingungen für regionale Rohware, Verarbeitung und Arbeitsplätze.

„Heimische Lebensmittelproduktion braucht faire Wettbewerbsbedingungen. Unsere Betriebe produzieren nach hohen Qualitätsstandards, schaffen regionale Wertschöpfung und sichern Arbeitsplätze und unsere Kulturlandschaft. Gleichzeitig tragen auch Konsumentinnen und Konsumenten Verantwortung: Wer bewusst Lebensmittel aus Österreich kauft, stärkt die Wertschöpfung im eigenen Land. Qualität aus Österreich hat ihren Wert – Transparenz schafft die Grundlage für bewusste Kaufentscheidungen“, betont **Krahofner**.

„Österreichische Gurken stehen für hohe Produktionsstandards und maximale Lebensmittelsicherheit. Bei importierten Produkten aus Ländern wie Indien bleibt hingegen unklar, ob und wie Standards eingehalten werden. Auch auf Nachfrage liegen uns dazu keine überprüfbaren Informationen vor“, so **Mag. Franz Waldenberger, Präsident der Landwirtschaftskammer Oberösterreich**.

Arbeitsintensive Kultur sichert Tausende Arbeitsplätze

Es wird manchmal behauptet, dass Konsumenten beim Kauf von Eigenmarken Geld sparen können. Das Beispiel Gurkerl zeigt, dass dieser Ansatz oft zulasten heimischer Produzenten, heimischer Arbeitsplätze und der regionalen Wertschöpfung geht.

„Einlegegurken gehören zu den arbeitsintensivsten Kulturen und werden überwiegend händisch geerntet. Unsere Betriebe brauchen verfügbare Saisonarbeitskräfte zu wettbewerbsfähigen Konditionen, niedrigere Lohnnebenkosten und praxistaugliche Lösungen beim Pflanzenschutz. Davon hängen mehr als 1.000 direkte Arbeitsplätze im oberösterreichischen Gemüsebau und rund 1.500 weitere Arbeitsplätze in nachgelagerten Bereichen ab“, betont **Waldenberger**.

Pichler stellt abschließend klar: „Der Konsument hat ein Recht darauf, die Herkunft seines Warenkorbs zu kennen. Nur wenn diese Information transparent ist, kann bewusst zu österreichischer Qualität gegriffen werden. Gerade bei den Eigenmarken hat der Handel einen mächtigen Hebel in der Hand und kann dafür sorgen, dass Herkunft ausgelobt wird und österreichische Produkte verwendet werden.“