



Norbert Marcher GmbH

Kasernengasse 12, A-9524 Villach

www.marcher.at





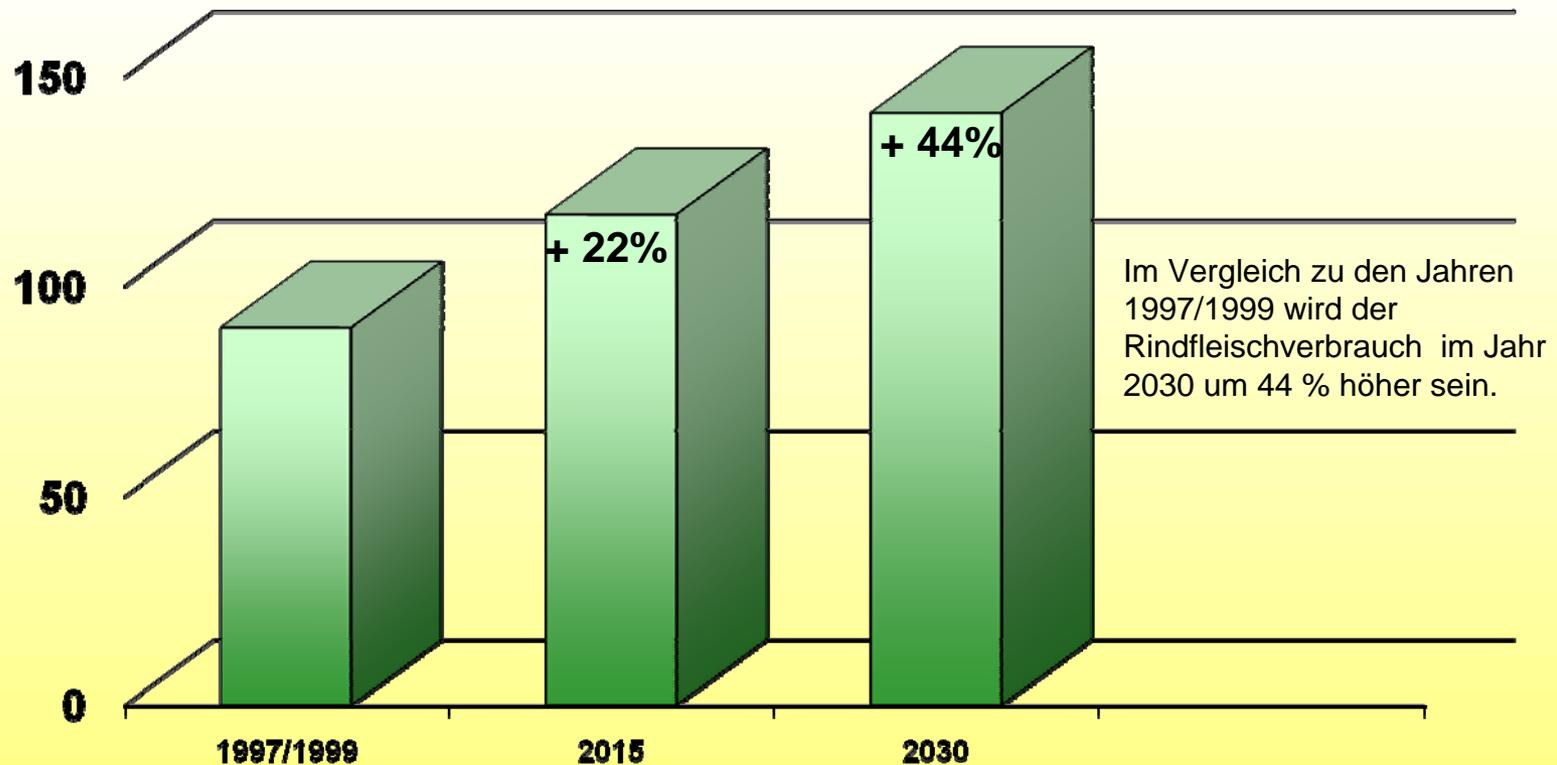
Betriebe

	Mitarbeiter	Schlachtung	Zerlegung	Verarbeitung
Betrieb Villach	500		S	R/S SB
Betrieb Graz	230	R/S	R	Fettschmelze
Betrieb Klagenfurt	40	R/S		
Betrieb Waldviertel	20	R/S		
Betrieb St.Veit	6			Häute

- Verarbeitungsmengen: Schwein 850.000 Stk.
Rind 110.000 Stk.
- Jahresumsatz: 300 Mio Euro
- Exportanteil: 60%
- Mitarbeiter: 796
- Eigentümer: 100% Familie Marcher

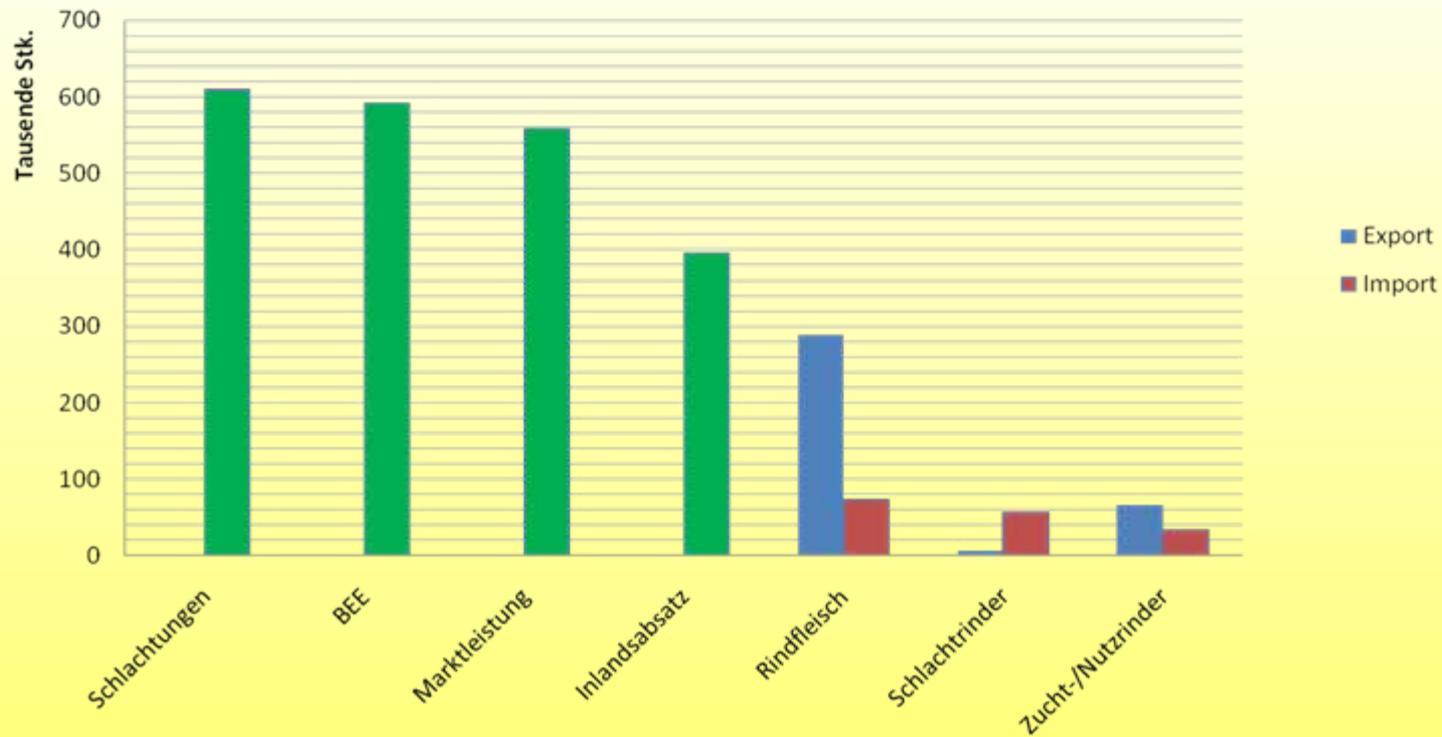


Verbrauchsprognosen der FAO



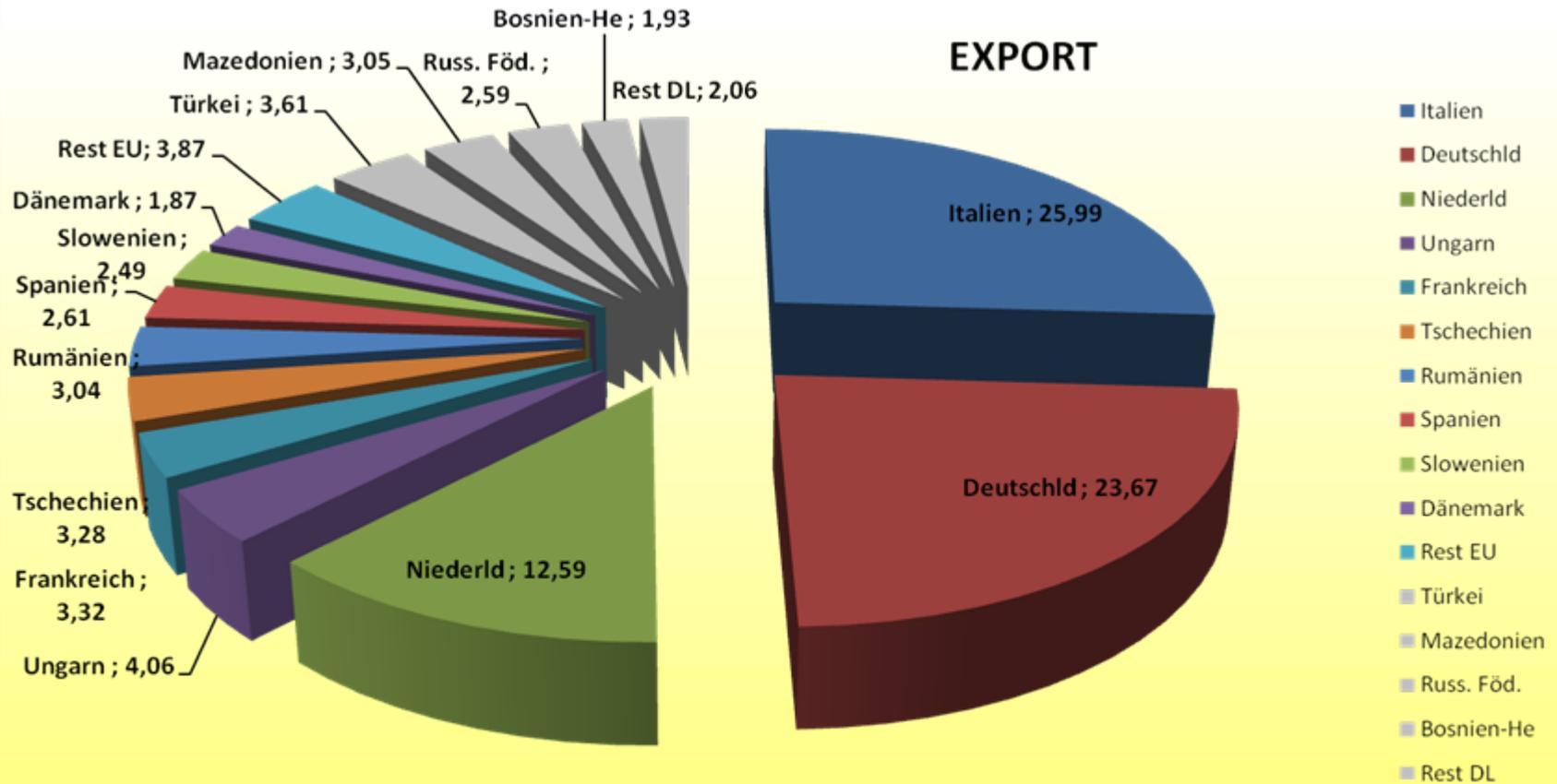


Österreichische Leistungsbilanz 2008





Exporte nach Bestimmungsländern



Basis bildet die Gesamtexportmenge 2010 von 104.969,50 t

Rest EU: Slowakei Bulgarien Schweden Irland Polen Estland Griechenland V.Königr. Belgien Zypern

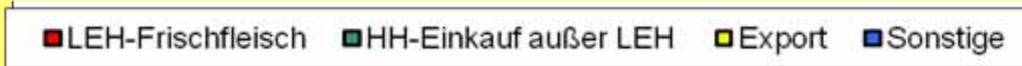
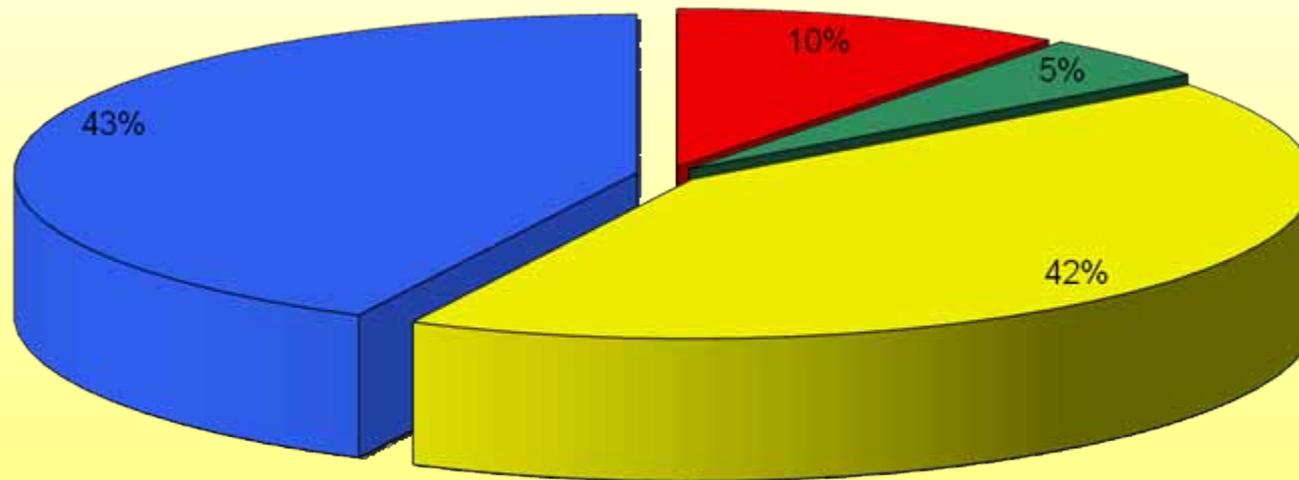
Rest DL: Montenegro, Kroatien, Schweiz, Moldau, Rep, Serbien, Kosovo, Israel, Albanien



Vertriebskanäle der österreichischen Rinderproduktion

Außer-Haus-Verzehr
Verarbeitung

Basis 2010: österreichische
Schlachtungen zuzüglich
Importe 246.709 t



Quelle: ABWI, Agrarmarkt Austria

Produktionskette

Viehwirtschaft



Fleischwirtschaft



Handel



Konsument



Viehwirtschaft



Fleischwirtschaft



Handel



Konsument





- Volkswirtschaftliche

Landw. Prod. Leistung

6.740,0 Mio. Euro

Fleisch

876,2 Mio. Euro (13,0%)

Milch

1.132,3 Mio. Euro (16,8%)

- Gesellschaftliche

- Unabhängigkeit

- Menge

- Qualität

- Kulturlandschaft

- Traditionelle Werte



Wettbewerbsfaktoren



- Geografische Lage
- Infrastruktur
- Natürliche Produktionsgrundlage
- Ökosoziale Wirtschaftsweise
- Tiergesundheitswesen
- Persönliche Qualifikation
- Sensorik
- Produktionskosten

Maßnahmen



- Effizienzsteigerung
 - Spezialisierung
 - Horizontale Kooperation
- Faire Rahmenbedingungen
 - Bioenergie
 - BSE Folgekosten
 - Transferzahlungen

Produktionskette

Viehwirtschaft



Fleischwirtschaft



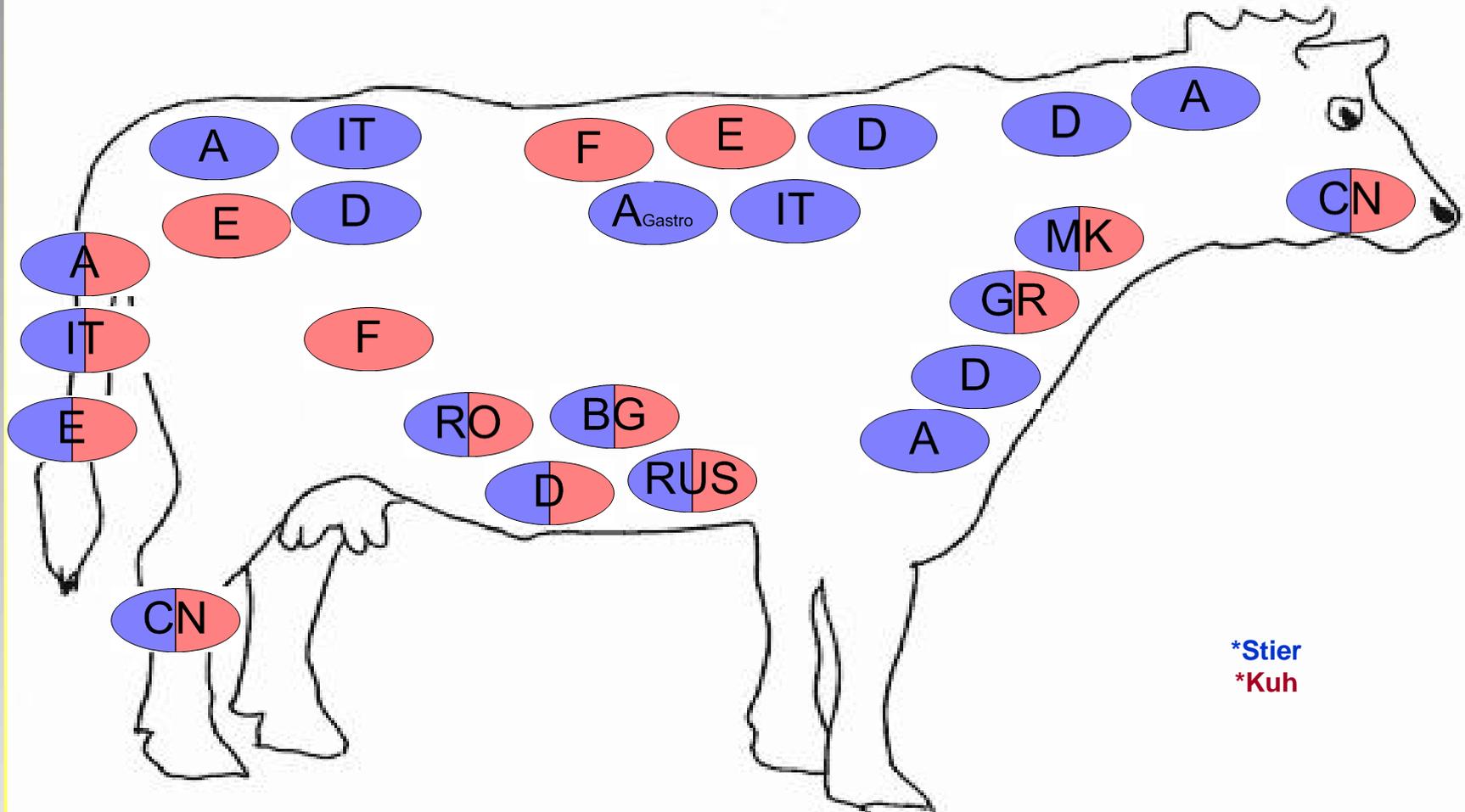
Handel



Konsument



Anatomische Rinderländerkarte



Produktionskette

Viehwirtschaft



Fleischwirtschaft



Handel



Konsument





Konsumentenansforderungen

- Qualität
- Produktsicherheit
- Convenience / Innovationen
- Emotionale Aspekte
 - Ethische Ansprüche, Regionalität, Herkunft
- Preis





Internationale Herausforderungen

- Fortschreitende Globalisierung
- Internationale Wettbewerbsfähigkeit wird zunehmend erforderlich
 - Qualität
 - Service
 - Sicherheit
 - Produktionskosten



Antworten auf die internationalen Herausforderungen

- Verfügbarkeit
- Authentizität
- Transparenz
- Dynamischen Entscheidungsprozess
- Verstärkte internationale Präsenz
- Convenience-Produkte
- Logistik-und Verpackungskompetenz
- Strategische Allianzen in der gesamten Produktionskette
- Kosten-Optimierung
- Faire Rahmenbedingungen / Lohndumping



Dankeschön

