

Sepp Eisl hat einen Preis bekommen, und zwar einen deutschen. Das will etwas heißen, schließlich stellt der 53-jährige Salzburger zum ersten Mal auf der Nürnberger Biofach-Messe aus. Dort hat er für seinen Schafkäse die ‚Goldene Käseharfe‘ erhalten. Er lächelt stolz hinter seinem Messestand hervor und rückt den grauen Trachtenjanker zurecht. Dann fährt er mit dem Portionierer in die rote Eismasse, Heidelbeer-Rosmarin, formt eine kleine Kugel und serviert sie in einem

„

Vor Jahren dachten wir, wir hätten den Zenit erreicht, aber da ist noch viel Platz nach oben. Bio ist im Alltag der Konsumenten angekommen.

Barbara Köcher-Schulz
AMA-Marketing

“

Pappbecher. „Außerdem bekannt sind wir für unser Schafmilch“, sagt er und überreicht das Eis einer Messebesucherin. „Lecker oder?“ Sie nickt und verschwindet in einer Gasse zwischen den rot-weiß-roten Produktständen. Den volksnahen Umgang hat er in der Salzburger Landesregierung gelernt; 16 Jahre war er für die ÖVP aktiv. Seit 2013 ist Eisl hauptberuflich Bauer und nun einer von 56 österreichischen Bio-Ausstellern in Nürnberg. Die Biofach findet mit der Vivaness jährlich als

Messe-Duo statt. 3.200 Aussteller aus 93 Ländern waren Mitte Februar am Start.

Markt in Österreich wächst

Die hohe Präsenz österreichischer Unternehmen auf der weltweit größten Bio-Fach-Messe spiegelt die starke Entwicklung des heimischen Biomarkts wider. „Vor Jahren dachten wir, wir hätten den Zenit erreicht, aber da ist noch viel Platz nach oben“, sagt Barbara Köcher-Schulz, Bio-Marketing-Managerin der AMA.

Das Wachstum der letzten Jahre wurde vor allem durch Innovationen und Neueinführungen im Handel unterstützt. Im österreichischen LEH wurden im Jahr 2017 biologische Lebensmittel (ohne Brot und Gebäck) im Wert von 508 Mio. € gekauft (siehe Grafik 1+2). Jeder Österreicher kauft mindestens einmal im Jahr ein biologisches Lebensmittel. Sowohl die Einkaufshäufigkeit als auch die eingekaufte Menge an Bio-Produkten stiegen in den letzten Jahren an (siehe Grafik 3). Dazu Köcher-Schulz: „Die Verbraucher haben sich verändert von der Einstellung her. Viele beschäftigen sich gern mit Ernährung. Früher war es Luxus, sich einen Champagner



© VHM/Markus Stiefel

Qualität aus Österreich

Käseharfe für Seegut Eisl

Der Salzburger Bioproduzent holte den Gesamtsieg in der größten Käseprüfung Deutschlands. Der Wolfgangsee Bio-Schafkäse mit Knoblauch erhielt die „Goldene Käseharfe 2017/2018“. Im Bild: Josef Eisl jun., Marc Albrecht-Seidel (Geschäftsführer Verband für handwerkliche Milchverarbeitung) und Betriebsinhaber Sepp Eisl.

Wertschätzung in Deutschland

Die Produktqualität und die dahinterstehenden Produzenten aus Österreich werden in Deutschland geschätzt. 56 heimische Unternehmen stellten in diesem Jahr aus. Deutschland ist auch für Bio-Produzenten der wichtigste Exportmarkt. Dort werden rund 50% der Bio-Produkte aus anderen EU-Mitgliedsstaaten importiert.

zu leisten, heute ist es Luxus, zu sagen: Ich kenne die Geschichte meines Lebensmittels.“ Deshalb ist **Transparenz** das wichtigste Gut im Bio-Segment. Auch eine geringere Anzahl an Zeichen, Logos und Marken könnte dabei helfen, sagt die AMA-Sprecherin.

Lange Tradition

Dass die positive Entwicklung von Bio anhalten wird, das lässt

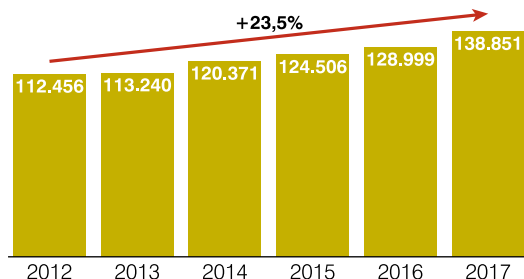
sich auch aus der jüngsten Motivanalyse der AMA schließen. 52% der Befragten denken, dass Lebensmittel aus biologischer Produktion weiterhin an Bedeutung gewinnen werden.

„Es gibt keine Handelskette in Österreich, die es sich leisten kann, keine Biomarke zu führen. Bio ist ein gewaltiges Segment geworden – auch von der Produktionsseite her“, so Köcher-Schulz.

Marktentwicklung RollAMA Bioprodukte im Lebensmitteleinzelhandel

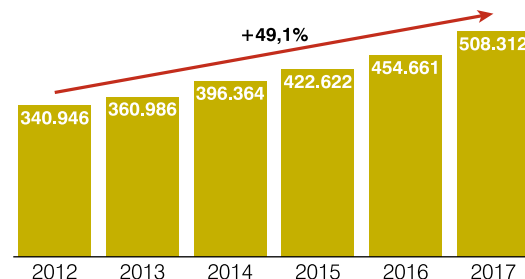
Einkäufe/Menge in Tonnen

Stetiger Aufwärtstrend in der Menge



Einkäufe/Wert in 1.000 €

Wertentwicklung deutlich über Produktionsmenge



Alle RollAMA Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK->Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot n=2.800 Haushalte in A; Quelle: RollAMA/AMA-Marketing