



VERENA SCHNEEWEISS
Redaktion REGAL

„Das Umfeld und die (politischen) Rahmenbedingungen sind herausfordernd, dennoch: Bio hält die Flaggen hoch und performte 2023 stabil, wie die aktuellen Zahlen zeigen. Auf der Biofach war Österreich mit einer breiten Aussteller-Vielfalt vertreten.“

Was sind die Bio-Trends? Wie ist die Bio-Marktentwicklung?
REGAL sah sich auf der Biofach um und fragte im Handel nach.

Die Trends auf der Biofach

- ➔ Biofach: 90 Aussteller aus Österreich
- ➔ Marktentwicklung: Elf Prozent Bio-Anteil
- ➔ Spar, Denns und Biogast mit guter Entwicklung im Bio-Bereich

TEXT:
VERENA SCHNEEWEISS

Bunt, kreativ, vielfältig – einmal mehr versammelte die Leitmesse Biofach die weltweite Bio-Familie in Nürnberg. Mit an Bord auch die „kleine Schwester“ Vivaness, die internationale Fachmesse für Naturkosmetik. Das Messe-Duo lockte 35.000 Fachbesucher aus 128 Ländern an.

Biofach-Trends. Die vier großen Produkt-trends der Biofach: Sweet Soulfood, Transparency, Mushroom Mania, Clear-Headed Joy. Konkret damit gemeint sind genussvolles Schlemmen mit pflanzenbasierten Alternativen, Transparenz, Einsatz von Pilzen und Alkoholische Getränke ohne Promille. Darunter finden sich auch durchaus rot-weiß-rote Beispiele, etwa Hermann.Bio mit seinem Fungi Pad, das für zahlreiches Medieninteresse sorgte. Aber auch die Marke Hakuma zählt mit ihrem neuen pflanzlichen Eiskaffee dazu.

Aussteller. Unter den 2.550 Ausstellern war die Austro-Beteiligung generell wieder stark: Mit 90 Ausstellern verteidigte Österreich Platz fünf im Nationen-Ranking. Vor uns: Deutschland, Italien, Spanien und die Niederlande. 38 Firmen präsentierten sich aufmerksamkeitsstark in Halle 1 am Gemeinschaftsstand der Außenwirtschaft Österreich.

Bio-Markt. Im Eindruck der Biofach neigt man zu vergessen, dass es auch für die Bio-Branche kein einfaches Jahr war. Die aktuellen Zahlen zeigen: Konsumenten halten Bio die Treue. Doch die enger geschnürten Geldbörsen machten sich auch im Bio-Bereich bemerkbar. Der Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel wuchs um 5,3 Prozent auf 873,6 Millionen Euro. Der Absatz ging um 2,8 Prozent auf 205.222 Tonnen zurück. Diese Entwicklung ist einerseits auf die Teuerung zurückzuführen. Andererseits: „Es wurde wieder mehr Außer-Haus konsumiert und damit weniger für den eigenen Haushalt gekauft“, sagt Mag. Barbara Köcher-Schulz, Bio Marketing Managerin in der AMA-Marketing. Für HoReCa, Gemeinschaftsverpflegung und Gastro schuf die Biofach heuer übrigens einen eigenen, neuen Treffpunkt.

„ÖPUL ist unter den gegebenen Umständen eine Bremse für die Bio-Betriebe.“

BARBARA RIEGLER, OBFRAU BIO AUSTRIA

Sortimente. Sowohl in der Menge als auch im Wert konnte der Lebensmittelhandel gegenüber dem Diskont übrigens ganz leicht zulegen. Insgesamt liegt der Anteil über alle Warengruppen bei elf Prozent. Der genauere Blick auf die aktuellen RollAMA-Zahlen zeigt, dass bei Fleisch inkl. Geflügel die Preise von biologischen und konventionellen Produkten durchschnittlich am meisten auseinandertriften (85,4 %). Dahinter liegen Äpfel (62,6 %) und Eier (61,8 %). Am niedrigsten war die Preisdifferenz bei Frischmilch (9,5 %). Die Entwicklung der Bio-Anteile innerhalb der Warengruppen korreliert allerdings nicht unbedingt mit den Preisdifferenzen. So gingen die Anteile bei Frisch- und ESL-Milch und Naturjoghurt etwa leicht nach unten, Fleisch und Wurst sowie Frischgemüse blieben relativ stabil, Frischobst legte zu. (Quelle: RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: Consumer Panel Austria GfK/Auswertung: KeyQuest Marktforschung. Wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH inkl. Hofer/Lidl in Prozent)



GRÜNDERTEAM MEINBIOMARKT: Christof Kastner (li.), geschäftsführender Gesellschafter Kastner Gruppe sowie Horst Moser, Gründer & Geschäftsführer Biogast

Bio Austria. Eine Lanze für die Bio-Landwirtschaft brach Bio Austria Obfrau Barbara Riegler bei der Präsentation der Zahlen in Nürnberg. „Die stabile Entwicklung ist nicht selbstverständlich in diesen wirtschaftlich schweren Zeiten. Die Situation für Bio-Betriebe ist in den letzten Jahren herausfordernd.“ Die Anzahl der Bio-Betriebe ging von 2022 auf 2023 um 933 zurück. Auch der Anteil der biologisch bewirtschafteten Flächen verbuchte einen Rückgang um 1,5 Prozent. Die Gründe dafür sieht Riegler einerseits in den gestiegenen Kosten, andererseits in den zu niedrigen Erzeugerpreisen, die BiobäuerInnen für ihre Lebensmittel bekommen. Doch auch die Politik nimmt Riegler in die Verantwortung. „Das österreichische Agrarumweltprogramm ÖPUL ist unter den gegebenen Umständen eine Erschwernis und eine Bremse für die Bio-Betriebe.“ So seien etwa Förderungen, anstatt der Inflation entsprechend nach oben angepasst, nach unten gegangen. Große Potenziale ortet Riegler in der öffentlichen Beschaffung. „Die öffentliche Hand wäre ein großer Hebel.“

LEH versus Diskont. Gekauft werden Bio-Lebensmittel vor allem im Supermarkt. Der klassische LEH kann den überwiegenden Anteil von 69,9 Prozent halten, während der Diskont bei 30,1 Prozent liegt. Sowohl in der Menge als auch im Wert konnten Supermärkte 2023 um 0,2 Prozentpunkte zulegen.

Spar mit Pflanzlich-Wachstum. In den letzten Jahren setzte der gesamte LEH massiv auf Bio und investierte in Eigenmarkenartikel aus biologischer Landwirtschaft. „Wir haben mittlerweile ein wirklich sehr umfangreiches Bio-Sortiment, nicht nur unter der Eigenmarken-Linie Spar Natur pur, sondern



MAG. NICOLE BERKMANN
Spar Unternehmenssprecherin

auch in anderen Linien gibt es einige Bio-Produkte: Unter Spar Veggie, Spar Vital, Spar Free from und Spar Premium“, sagt etwa Spar Unternehmenssprecherin Mag. Nicole Berkmann. Das Wachstum in 2023 beziffert sie mit knapp zehn Prozent. Stark nachgefragt seien aktuell ganz generell pflanzenbasierte Produkte. „Daher sind das auch im Bio-Bereich jene, die am stärksten wachsen.“

Denns baut Preiseinstieg aus. Ähnliches bestätigt auch Mag. (FH) Oliver Dobbs, Regionalleiter Österreich bei der Biomarkt-Kette Denns. „Neben Obst und Gemüse verbuchten die Fleischersatz-Produkte die größte Dynamik – sowohl bei vegetarischen als auch veganen Artikeln.“ Auch der Preiseinstiegsbereich habe sich „sehr schön“ entwickelt und soll 2024 weiter forciert werden. „Wir wollen die Artikelanzahl über alle Sortimentsbereiche im zweistelligen Bereich vergrößern“, so Dobbs. Der gesamte Eigenmarken-Anteil liegt derzeit bei 15 Prozent.



MAG. (FH) OLIVER DOBBS übernahm von Mareike Nossol die Österreich-Geschäftsführung

„Was uns besonders freut, dass die deutlichen Zuwächse auf gesteigerte Besucherzahlen zurückzuführen sind.“

OLIVER DOBBS, DENNS ÖSTERREICH

Der Umsatz zog bei Denns, ganz gemäß des allgemeinen Branchentrends, rund um Ostern wieder an und landete schließlich in Österreich bei über 80 Millionen Euro Netto-Jahresumsatz. „Was uns besonders freut, dass die deutlichen Zuwächse zum größten Teil auf gesteigerte Besucherzahlen zurückzuführen sind.“ Dobbs, der die Österreich-Geschäftsführung von Mareike Nossol übernahm (sie stieg in die Dennree-Geschäftsführung auf)

➔ Aufgefallen auf der Biofach ...

Styx hatte unter anderem eine neue Aloe Vera Handcreme mit im Gepäck, aber auch die im Vorjahr ge-launchte Wildrosen-Range war mit dabei. Im Schoko-Segment bringt der nieder-österreichische Traditionsbetrieb immer mehr vegane Sorten.



DANIELA BACHER und Wolfgang Stix

Prolactal mit Sitz im steirischen Hartberg verarbeitet Milch und Molke von Kuh, Ziege und Schaf zu kreativen Milchpulver-Varianten. Und das in Bio-Qualität. Weiterverarbeitet wird es beispielsweise in Babynahrung und Sportnahrung. Der Hauptmarkt ist Asien.

Natracare aus Großbritannien präsentierte im Zuge der Vivanness seine plastikfreien und biologischen Tampons, Binden und Slipeinlagen. Österreich ist bereits unter den 80 Ländern, in denen die Produkte vertrieben werden. Zu kaufen gibt's die Produkte bei Müller und Denns.

Dosenprofi gehört zur Pirlo Group und produziert – wie der Name bereits verrät – Dosen. Die Lebensmittelindustrie ist ein wichtiger Abnehmer. Die Top-Produkte sind Olivenöl und Gewürze. Aber auch Tee, Kaffee oder Kosmetikartikel werden von Pirlo verpackt. Auch Tuben werden von den Tirolern hergestellt. Der Umsatz der Gruppe liegt bei 100 Millionen Euro.

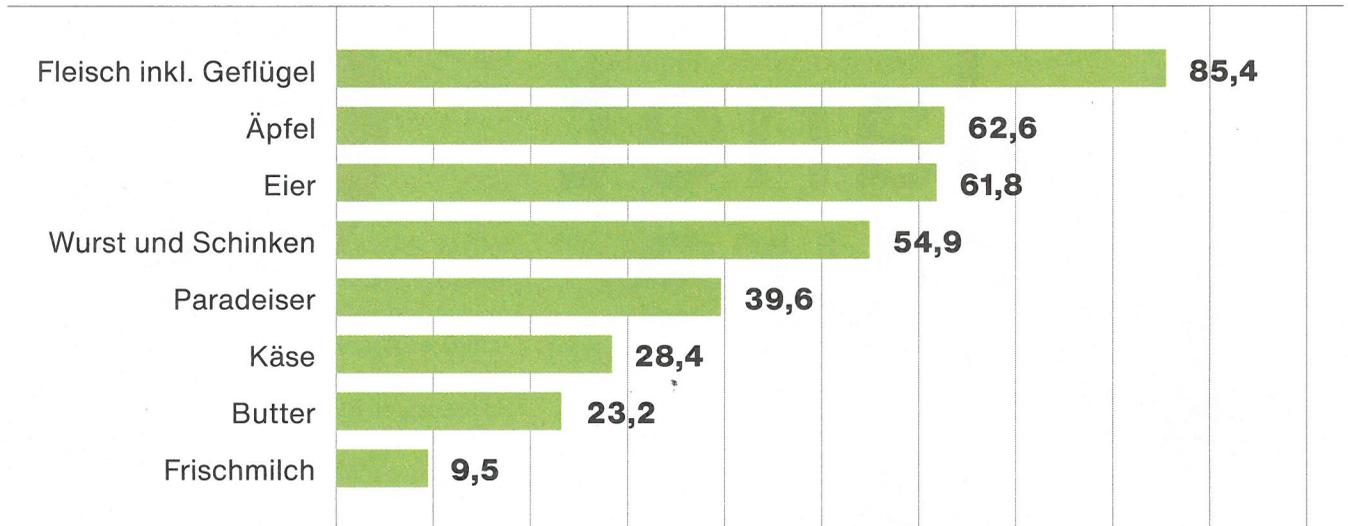
Italian Trade Agency Die Italian Trade Agenca (ITA) war auf der diesjährigen Biofach mit 69 Herstellern vertreten. Die Palette reicht von exquisitem Olivenöl und Balsamico-Essig über Pasta, Kaffee, Backwaren, Trüffel, Saucen, Wein bis hin zu regionalen Köstlichkeiten, hergestellt durch biologische Techniken. Italien hatte 2022 fast 2,2 Millionen Hektor biologisch bewirtschaftete landwirtschaftliche Flächen.

Juffinger macht mit seiner neuen Marke „purro back to meat“ klare Ansagen – und gewann sogar den Best New Product Award in der Kategorie Frischeprodukte. Die Bio-Metzgerei aus Tirol wirft einen kritischen Blick auf vegane Wurstalternativen und will eine neue Ära des verantwortungsvollen Fleischgenusses einläuten. Zwei der Produkt-Slogans: „Meine Zutatenliste ist saukurz“ oder „Einmal Salami ohne alles, bitte.“



Bio Preisdifferenzen

laut RollAMA Haushaltspanel,
Ø Preisunterschiede Bio/Konventionell in Prozent, Basis: Preis/kg im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: © RollAMA/AMA Marketing, Feldarbeit: Consumer Panel Austria GfK/Auswertung: KeyQuest Marktforschung

hat viele Pläne für die kommenden Monate. Neben der Herzensangelegenheit Employer Branding und einem digitalen Systemwechsel im Großhandel wird die Standort-Suche noch etwas verfeinert. „Weiße Flecken sehen wir vor allem in den größeren Ballungsräumen von Wien bis Vorarlberg.“ Insgesamt ist Denms mit 35 Standorten vertreten.

MeinBioMarkt. Für frischen Wind im Bio-Sektor sorgte zuletzt das neue Shop-Konzept MeinBioMarkt der Kastner Gruppe. In Graz ging im Herbst der erste Standort ans Netz. Gründer und Biogast Geschäftsführer Horst Moser zu REGAL: „Nachdem wir uns im letzten Jahr auf die erfolgreiche Umsetzung des MeinBioMarkt-Shops konzentriert haben, arbeiten wir aktuell intensiv an

„In Österreich gibt es aktuell mehr als 400 Bio-fachgeschäfte.“

**HORST MOSER,
BIOGAST**



DAS FUNGI PAD von Hermann.Bio punktet mit einer kurzen Zutatenliste.

der Ausarbeitung des Franchise-Konzepts.“ Präsentiert wird dieses im Juni auf der Franchise-Messe. Potenziale in Österreich sieht Moser genug. „In Österreich gibt es aktuell mehr als 400 Biofachgeschäfte. Wir bieten unser Konzept einerseits bestehenden Bio-Fachhändlern an, um damit Potentiale, wie z.B. eine höhere Professionalisierung in den Prozessen oder eine gemeinsame Kommunikation zu ermöglichen und andererseits suchen wir Selbstständige, die neue Geschäfte mit unserer Unterstützung eröffnen wollen.“ Eine unverändert positive Entwicklung gab es 2023 bei den Biogast-Umsätzen. „Die Nachfrage in der Gastronomie und Hotellerie war unverändert stark.“ Besonders positiv fiel dabei der Frische-Bereich auf, Aufholbedarf sieht er beim Thema Tiefkühl.

biovielfalter
samenfestes & biologisches Saatgut

100% BIO Qualität

SAMENFESTES & BIOLOGISCHES SAATGUT

RÜCKVERFOLGBAR BIS ZUR BIO-LANDWIRT*IN

NACHHALTIG VERPACKT IN GRASPAPIER

CO² KOMPENSIERT BIS INS REGAL

SAMENTÜTEN ALS GRUSSKARTEN

WWW.BIOVIELFALTER.COM

SAMEN MAIER GmbH | Tel: +43 7764 69 240 | Mail: office@samen-maier.at