

PRESSEINFORMATION

Großes Vertrauen in die heimischen Bäcker

Asten, 17. Dezember 2021 – In kaum einem anderen Land gibt es eine so vielfältige Brot- und Gebäckkultur wie in Österreich. Was aber ist den Österreichern beim Brotkauf wichtig? Ist es der Geschmack, das Aussehen und zählen auch Gütesiegel dazu? backaldrin hat dazu für die heimischen Bäcker eine repräsentative Umfrage beim MARKET Marktforschungsinstitut in Auftrag gegeben und die Ergebnisse zeigen deutlich, das Vertrauen in die Bäcker ist hoch, auch ohne AMA-Gütesiegel.

Brot und Gebäck spielen eine zentrale Rolle im Ernährungsverhalten der österreichischen Bevölkerung und viele im Land sind stolz auf die hervorragenden Produkte, die in den heimischen Bäckereien produziert werden. In der von backaldrin in Auftrag gegebenen Erhebung wurden insgesamt 2000 Interviews mit Österreichern im Alter von 16 bis 70 Jahren durchgeführt – so kann nun ein guter Überblick über die Stimmungslage rund um Brot und Gebäck in Österreich gegeben werden:

Den hohen Stellenwert von Brot und Gebäck erkennt man schon daran, dass knapp neun von zehn Haushalte in Österreich zumindest ein bis zweimal pro Woche Brot und/oder Gebäck einkaufen – und dies quer durch alle Bevölkerungsschichten. Besonders häufig zu Gast in den Bäckereien unseres Landes sind – durchaus erwartungsgemäß – die größeren Haushalte. In den Haushalten mit vier oder mehr Personen wird der Einkaufsrhythmus für Backwaren vorrangig mit mehrmals pro Woche angegeben. *(Factsheet 1 und 2)*

Qualität überzeugt

Wie die Umfrage deutlich zeigt, achten die Österreicher beim Einkauf von Brot und Gebäck besonders auf den Geschmack. Knapp 80 Prozent nannten dies bei der Befragung. Das man sich auf die Qualität des Brotes verlassen kann, steht an zweiter Stelle. Hier ist deutlich zu sehen, wie wichtig Qualität und vor allem kontinuierliche Qualität dem Konsumenten ist. Ein wichtiges Ergebnis, das die Bedeutung von Brotkompetenz noch einmal unterstreicht. Darüber hinaus wünscht man sich natürliche, hochwertige und österreichische Inhaltsstoffe – und hergestellt werden

sollen Brot und Gebäck im Optimalfall von einer Bäckerei aus der Region.

Grundsätzlich zeigt sich das hohe Vertrauen in die regionale Produktion, die Bäckerei aus dem eigenen Ort bzw. der eigenen Stadt.

Wenig wichtig ist hingegen, dass Brot und Gebäck besonders preisgünstig sind, nur acht Prozent der Befragten stimmten der Aussage zu – man sieht also, gute Qualität darf also durchaus etwas kosten. Gütesiegel sind für den Österreicher nicht allzu wichtig und rangieren erst am Ende des Rankings: Das Vertrauen in den regionalen Bäcker und deren schmackhaftes Brot und Gebäck ist damit deutlich stärker als in ein AMA-Gütesiegel für Brot und Gebäck. *(Factsheet 3 und 4)*

Gütesiegel spielt keine Rolle

Mit einigen Fragen wurde auch die Bedeutung des AMA-Gütesiegels für Brot und Gebäck beleuchtet – und dabei wird deutlich, dass das AMA-Gütesiegel für den Bereich Brot und Gebäck (im Gegensatz zu anderen Produktbereichen) derzeit keine Rolle spielt:

- Weniger als ein Drittel der Österreicher wissen, dass es ein AMA-Gütesiegel für Brot und Gebäck gibt. *(Factsheet 5 und 6)*
- Noch unsicherer ist man, wenn man an die eigene Einkaufsquelle für Brot und Gebäck denkt – nur neun Prozent der österreichischen Bevölkerung gehen davon aus, dass der eigene Bäcker ein AMA-Gütesiegel hat. *(Factsheet 7)*
- Beim Einkauf achtet der Österreicher dementsprechend nur selten auf das AMA-Gütesiegel – nur zwei Prozent tun dies (fast) immer.
- Bei Bäckereien in der Wohnumgebung vertraut man auf die Qualität der Anbieter, nur sechs Prozent erwarten sich hier ein AMA-Gütesiegel. *(Factsheet 8)*
- Und: Dass jemand eine Bäckerei ohne Einkauf verlässt, weil kein AMA-Gütesiegel vorhanden ist, passiert ebenfalls nur in Einzelfällen. Nur zwei Prozent denken darüber nach, der Bäckerei den Rücken zu kehren, wenn kein AMA-Gütesiegel vorhanden ist. *(Factsheet 9)*

Fazit

Brot und Gebäck sind nicht wegzudenken aus den österreichischen Einkaufskörben und zeichnen sich durch einen hohen Bezug zum regionalen Versorger aus. Die Bäckereien stehen für Qualität und können auf ein großes Vertrauen der Kunden bauen. Diese Vertrauensbasis ist so stark, dass Gütesiegel in diesem Bereich keine Bedeutung bei den Konsumententscheidungen haben.

Die Umfrage wurde vom MARKET Marktforschungsinstitut – Prok. Dr. David Pfarrhofer – im Auftrag von backaldrin durchgeführt.

Bilder/Bildtexte: David Pfarrhofer, Abdruck honorarfrei

backaldrin International The Kornspitz Company, 1964 gegründet, entwickelt innovative Brotideen und hochwertige, individuelle Backgrundstoffe für die weltweite Backbranche. Das Sortiment umfasst mehr als 800 Qualitätsrohstoffe für Brot, Gebäck und Feinbackwaren. Durch seine Innovationskraft und Leidenschaft für Brot unterstützt backaldrin seine Kunden, vom Handwerksbäcker bis zum Industriebetrieb, mit serviceorientierten Lösungen. Das internationale Familienunternehmen verfügt weltweit über 8 Produktionsstätten; der Firmensitz liegt in Asten (Österreich). Dort befindet sich auch das **PANEUM – Wunderkammer des Brotes**: Kundeninformationszentrum, Veranstaltungsforum und Ausstellung rund ums Brot. Kunst- und Kulturobjekte aus 9000 Jahren zeigen den Stellenwert des wertvollen Lebensmittels in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. backaldrin verdeutlicht damit auch den Konsumenten, was Bäckerei bedeutet – Qualität, Ideen, Vielfalt und Fortschritt. Nähere Informationen unter www.backaldrin.com.

Rückfragehinweis:

Wolfgang Mayer, Unternehmenssprecher
backaldrin International The Kornspitz Company
Tel. +43 7224 8821 351, Mobil +43 664 811 01 83
wolfgang.mayer@backaldrin.com
www.backaldrin.com