

Wer bei Brot und Gebäck die beste Reputation genießt

Welche Bäckerei- und Backwarenmarken in Österreich die höchste Reputation genießen, zeigt die IMWF-Studie. Backaldrin, Geier, Haubis, Ölz und Ankerbrot überzeugen mit Qualität, Nachhaltigkeit und Innovationskraft.



Brot und Gebäck als Symbol österreichischer Backkultur: Handwerkliche Qualität bleibt das Rückgrat einer ganzen Branche. Bild erstellt mit Hilfe von AI / ChatGPT (DALL·E) – 2025.

Analyse von 78.000 Online-Beiträgen

Das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) hat gemeinsam mit KEYaccount und LEADERSNET untersucht, welche österreichischen Lebensmittelhersteller und Marken das höchste Vertrauen genießen. Im aktuellen, vierten Teil der Reihe stehen nun die Bäckerei-Ketten und Backwarenproduzenten im Mittelpunkt.

Dabei zeigt sich: Ein Traditionsunternehmen profitiert besonders von einem Produkt, das längst als Synonym für österreichische Backkultur gilt. Nach den bereits veröffentlichten Studien über alkoholfreie Getränke, Wein- und Bierproduzenten sowie Molkereien folgt nun der Bereich Brot und Gebäck. Grundlage der Untersuchung war eine **KI-basierte Auswertung von rund 78.000 Online-Beiträgen** aus Medien, Webseiten und sozialen Netzwerken zwischen Juli 2024 und Juni 2025.

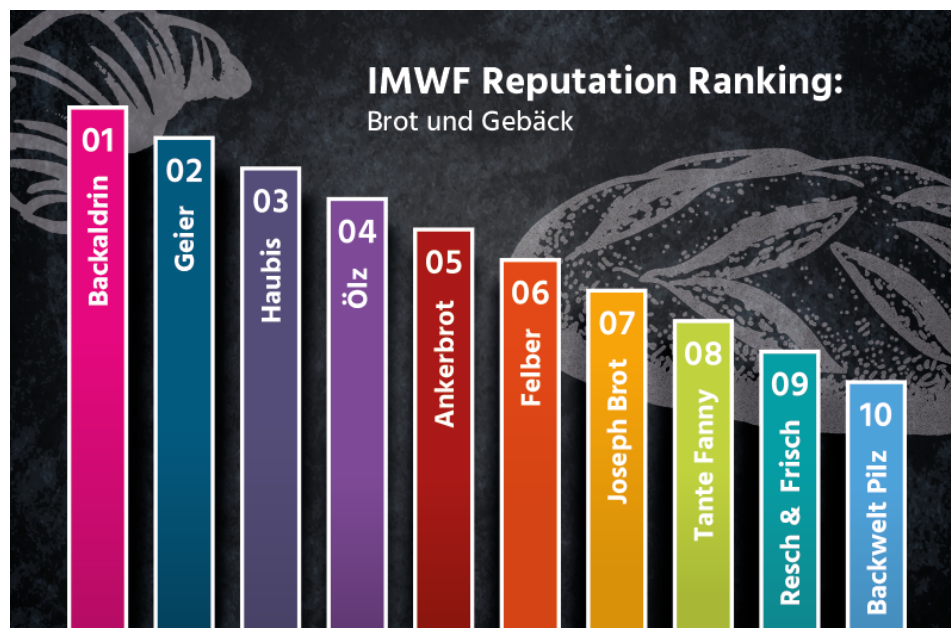
Insgesamt bewertete das IMWF **232 Marken und Unternehmen der Lebensmittelbranche**. Die Beiträge wurden den fünf **Reputationsdimensionen Produkte, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Management und Innovation** zugeordnet und nach medialer Reichweite gewichtet.

„Bäckereien und Backwarenhersteller stehen heute für weit mehr als Brot und Gebäck“, erklärt **Axel Maireder**, Geschäftsführer des IMWF Austria. „Reputation entsteht dort, wo Handwerk, Regionalität und gesellschaftliche Verantwortung zusammenwirken.“

Handwerklich hergestelltes Brot und Gebäck liegt im Trend

Auch die Österreichische Bäcker & Konditor Zeitung trägt mit ihren Kanälen auf Facebook, LinkedIn und Instagram maßgeblich zur Sichtbarkeit der Branche bei. Mit insgesamt über 10.000 Followern und Reichweiten im sechsstelligen Bereich erreicht sie Fachpublikum, Betriebe und Konsument:innen gleichermaßen. Wir analysieren regelmäßig die Stimmungen und Entwicklungen in den sozialen Netzwerken – dabei zeigt sich deutlich: Der Zuspruch für das Lebensmittelhandwerk wächst stetig. Gutes Brot darf etwas kosten – der Trend geht klar in Richtung handwerklicher Qualität und zu jenen Betrieben, die sich transparent und glaubwürdig präsentieren. Unser Ziel ist es, dieser Entwicklung mit einer fundierten und sichtbaren Plattform für die Branche gerecht zu werden.

Das **IMWF Austria** Reputation Ranking: Brot & Gebäck 2025



Welche Bäckerei- und Backwarenmarken in Österreich die höchste Reputation genießen, zeigt die IMWF-Studie. Backaldrin, Geier, Haubis, Ölz und Ankerbrot überzeugen mit Qualität, Nachhaltigkeit und Innovationskraft.

Backaldrin: Kornspitz als Aushängeschild österreichischer Backkultur

Den Spitzenplatz belegt **Backaldrin**, dessen Marke **Kornspitz** längst internationale Bekanntheit genießt. Das Unternehmen ist weltweit aktiv – etwa als Partner des *Austria House* bei Olympischen Spielen – und unterstützt Sport und Kultur mit langfristigen Sponsorings, etwa beim **LASK** oder bei Tischtennis-Ass **Liu Jia**.

Zugleich legt Backaldrin großen Wert auf Nachhaltigkeit: Der Kornspitz wird aus **regionalem Getreide** hergestellt, im firmeneigenen **Paneum in Asten** wird Brot als Kulturgut und Innovationsmotor inszeniert. Energieeffiziente Produktionsprozesse, Bildungsinitiativen und Ausstellungen stärken das Image als verantwortungsbewusster Branchenführer.

Geier: Engagement und Regionalität prägen das Markenbild

Auf Rang zwei folgt die **Bäckerei Geier**, die ihre Position durch konsequentes gesellschaftliches Engagement und regionale Verwurzelung ausbaut. Mit der Aktion „**Geier-Tafelsackerl**“ leistet das Unternehmen einen wichtigen Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung: Produkte vom Vortag werden günstiger verkauft, ein Teil des Erlöses kommt der **Tafel Österreich** zugute.

Darüber hinaus sammelte Geier gemeinsam mit Kund:innen **10.000 Euro für Hochwasseropfer**, platzierte Spendenboxen in allen Filialen und eröffnete 2025 die **33. Filiale in Schwechat**, bei deren Eröffnung **Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner** zu Gast war.

Ein weiteres Highlight: Geschäftsführerin **Erika Geier-Tschernig** absolvierte die Ausbildung zur **staatlich geprüften Brotsommelière** – ein Zeichen für handwerkliche Kompetenz und Fachkultur.

Haubis: Innovation aus Tradition

Haubis aus Petzenkirchen belegt den dritten Platz. Das Unternehmen verbindet traditionelle Backkunst mit moderner Innovationskraft. Regionalität, **AMA-Gütesiegel-Getreide** und ressourcenschonende Produktion sind zentrale Bestandteile der Unternehmensphilosophie.

Mit einer neuen **Photovoltaikanlage** über den Parkplätzen der Erlebniswelt **Haubiversum** produziert Haubis künftig einen Großteil seines Stroms selbst. Die neu eröffnete **Haubis Park Lounge im Uferpark Amstetten** zeigt den Expansionskurs in Richtung Gastronomie. Zudem gründete Firmenchef **Toni Haubenberger** den Verein „**Demokratie-gestalten**“, der politische Bildung fördert.

Neue Produktlinien – darunter **vegane und laktosefreie Pinsa-Teige** sowie das **Bio-Lieblingskrusterl** – erweitern das Sortiment.

Ölz: Familienunternehmen mit Zukunftsblick

Der vierte Platz geht an **Ölz der Meisterbäcker**. Das Vorarlberger Unternehmen überzeugt mit klarer Expansionsstrategie und Innovationskraft. Mit der Eröffnung eines **Frischdienst-Zentrums in Korneuburg** stärkt Ölz seine Versorgung im Osten Österreichs.

Durch die Aufnahme von 14 Ölz-Produkten ins **Lidl-Sortiment** untermauert das Unternehmen seine Marktpräsenz. Nach dem Führungswechsel zu **Markus Stammen** und der Einführung einer sechsköpfigen Geschäftsleitung präsentiert sich Ölz als

professionell geführtes Familienunternehmen mit klarer Zukunftsstrategie.

Zudem verpflichtet sich Ölz, seine **CO₂-Emissionen bis 2030 um 50 Prozent zu reduzieren**, und trat dem **klimaaktiv-Pakt 2030** bei. Ein neu errichtetes **Wohnheim für Studierende** auf dem Firmengelände in Dornbirn zeigt zusätzlich soziales Engagement.

Ankerbrot: Wiener Traditionsmarke mit Innovationsgeist

Die Wiener Traditionsbäckerei **Ankerbrot** belegt Platz fünf. Das Unternehmen verbindet Tradition mit sozialer Verantwortung und digitaler Weiterentwicklung. In Kooperation mit dem Sozialunternehmen **Vollpension** beschäftigt Ankerbrot Senior:innen in Filialen – ein Zeichen gegen Fachkräftemangel und für Generationenvielfalt.

Zudem arbeitet Ankerbrot mit Studierenden an **KI-basierten Marketingstrategien** und setzt verstärkt auf datengetriebene Vertriebsanalysen. Eine **Filialoffensive in Wien** mit neuen Standorten – etwa am Stubenring und am Franz-Josefs-Bahnhof – stärkt die Sichtbarkeit in der Hauptstadt.

Reputation entsteht durch Glaubwürdigkeit

Die IMWF-Studie zeigt klar: Österreichs Backwarenbranche steht für **Regionalität, Nachhaltigkeit und Innovationsfreude**. Marken wie **Backaldrin, Geier, Haubis, Ölz** und **Ankerbrot** beweisen, dass Vertrauen dort entsteht, wo Handwerk und Haltung zusammentreffen.

„Wer glaubwürdig über Herkunft, Qualität und Nachhaltigkeit kommuniziert, schafft langfristig Vertrauen bei Konsument:innen“, fasst **Axel Maireder** zusammen.

<https://youtu.be/q29ZtTN3axw?si=Ix4kCVxS0FsHjyrK>

Besuchen Sie uns auf: baeckerzeitung.at