

Rot-weiß-rotes Vertrauen: Wie das AMA-Gütesiegel heimisches Brot und Gebäck stärkt

Das AMA-Gütesiegel zeigt österreichische Herkunft und Qualität bis ins letzte Korn – und hilft Bäckern, Konditoren & Co., Regionalität sichtbar zu machen.



© AMA Marketing Sonja Priller

Der 16. Oktober rückt alljährlich das Brot in den Blickpunkt: In Österreich feiert man den Tag des Brotes als Symbol für Tradition, Handwerk und Genuss. Besonders für Fachleute aus Bäckerei, Konditorei, Patisserie, Chocolaterie, Bonbonherstellung und Landwirtschaft lohnt es sich, den Stellenwert des **AMA-Gütesiegels** bei Brot und Gebäck genauer zu betrachten – und seine Wirkung auf Markt, Image und Betriebe.

Rot-weiß-rotes AMA-Gütesiegel - mehr als ein Logo

Das AMA-Gütesiegel ist ein behördlich anerkanntes Qualitätszeichen, das für nachvollziehbare Herkunft, geprüfte Qualität und unabhängige Kontrollen steht. Produkte mit dem rot-weiß-roten Siegel stammen vollständig aus Österreich – vom Anbau über Verarbeitung bis zur Vermarktung. Grundlage sind Richtlinien, die über gesetzliche Mindestanforderungen hinausgehen.

Für das Segment Brot und Gebäck gelten spezielle Anforderungen: Der gesamte Produktionsweg – vom Feld bis zur Auslage – wird in das Qualitätssystem einbezogen. Zudem unterliegt jedes Siegelprodukt einem dreistufigen Kontrollsystem: interne Eigenkontrollen, externe Audits durch akkreditierte Stellen und übergeordnete Überkontrollen durch die **AMA**.

Das AMA-Gütesiegel ist damit eine transparente Orientierung für Konsumentinnen und Konsumenten – und eine wertvolle Kommunikationselement für Fachbetriebe, die Regionalität, Qualität und Rückverfolgbarkeit als Differenzierungsmerkmal nutzen wollen.

Im Trend: Weißbrot, Spezialbrot und Kleingebäck

im Lebensmitteleinzelhandel, 1. Halbjahr 2025

	%-Ver. Menge zum 1. HJ 2025	%-Ver. Preis zum 1. HJ 2025	%-Ver. Wert zum 1. HJ 2025
Weißbrot	6,0	-1,0	5,0
Toastbrot	-5,5	1,0	-4,5
Schwarzbrot	-2,9	3,4	0,4
Spezialbrot	7,7	1,8	9,7
Vollkornbrot	-4,4	0,3	-4,1
Brot zum Aufbacken	-3,2	5,2	1,9
Semmeln	-5,8	3,8	-2,2
Kleingebäck	7,7	0,3	8,0

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: YouGov Shopper Panel / Auswertung: KeyQuest Marktforschung

RollAMA
ROLLIERENDE AGRARMARKET-ANALYSE

AGRARMARKET AUSTRIA MARKETING

Marktentwicklung: Brot & Gebäck 2025 in Österreich

In Österreich bleibt Brot und Gebäck ein wichtiger Bestandteil des Konsumverhaltens und des Ernährungsetats. Laut aktuellen Daten von **RoIIAMA** stiegen im ersten Halbjahr 2024 die Ausgaben für Brot und Feinbackwaren deutlich – um insgesamt 4 % gegenüber dem Vorjahr. Beim Wertanteil entfielen rund 288 Mio. Euro auf Brot – ein Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr.

Marktanteile ausgewählter Brotsorten im Einzelhandel (ca.):

Weißbrot: ca. 40 %

Schwarzbrot: ca. 30 %

**Kleingebäck (z. B. Semmeln, Laugengebäck):
bedeutender Anteil mit hoher Nachfrage**

Auch bei **Feinbackwaren** wie Strudel, Plunder oder Krapfen zeigen sich steigende Mengen und Umsätze. Der Bio-Anteil wächst: Bei Gebäck machen biologische Produkte derzeit rund 19 % des Ausgabewerts aus, beim Brot etwa 13 %.

Rund 11 % der Frischeausgaben österreichischer Haushalte entfallen auf Brot. Der Großteil der Getreideprodukte wird im Lebensmitteleinzelhandel erworben (etwa 80 %), während Bäckereien, Konditoreien und Fachgeschäfte etwa 15 % bedienen.

Für Betriebe im handwerklichen Bereich ist dies zugleich Herausforderung und Chance: Wettbewerbsfähige Produkte mit Qualitätsmerkmalen gewinnen – allen voran Produkte mit dem AMA-Gütesiegel.

Vorteile und Potenziale für Bäckereien &

Co.

Vertrauen und Markenbildung

Ein rot-weiß-rotes Siegel signalisiert klar: Hier steckt österreichischer Rohstoff drin. Für viele Konsumentinnen und Konsumenten ist das Siegel ein verlässliches Zeichen, dass die Angaben auf der Verpackung oder am Thekenetikett stimmen. Gerade in Zeiten, in denen Herkunftsangaben infrage gestellt werden, kann eine solche Transparenz das Image stärken.

Differenzierung im Wettbewerb

In einem Markt mit starkem Preis- und Wettbewerbsdruck kann das AMA-Gütesiegel helfen, sich bewusst zu positionieren. Qualitative Brot- und Gebäcklinien, die mit dem Siegel ausgezeichnet sind, lassen sich gezielt bewerben – etwa in Filialnetzen, Online Shops oder durch Kommunikationsmaßnahmen im Geschäft.

Unterstützung für den heimischen Getreideanbau

Wenn Konsumentinnen und Konsumenten aktiv Brot oder Gebäck mit AMA-Gütesiegel wählen, profitieren heimische Ackerbaubetriebe direkt. Gerade in einem Umfeld mit geringer Anbaufläche und Preisdruck ist solche Nachfrage ein wertvoller Beitrag zur wirtschaftlichen Stabilität und zur Versorgungssicherheit.

Rückverfolgbarkeit und Prozesssicherheit

Betriebe, die AMA-zertifiziert sind, müssen strenge Dokumentations- und Nachweispflichten erfüllen. Das stärkt interne Abläufe und verbessert Prozessqualität – von Rohstoffannahme über Mehllieferungen bis zur Chargenrückverfolgung.

Herausforderungen & Empfehlungen für den Einstieg

Vertragsnetzwerke aufbauen

Handwerksbetriebe sollten frühzeitig Partnerschaften mit Mühlen und Getreidehändlern eingehen, die ebenfalls AMA-zertifiziert sind, um die Anforderungen entlang der Wertschöpfungskette sicherzustellen.

Kosten-Nutzen bewerten

Die Teilnahme am Siegelprogramm bringt Aufwände in Dokumentation, Kontrolle und auditbegleitende Prozesse mit sich. Dennoch können Margen und Imagevorteile diese Investition rechtfertigen – insbesondere im Premiumsegment.

Kommunikation konsequent gestalten

Das bloße Anbringen des Siegels reicht nicht. Begleitende Kommunikation – etwa POS-Materialien, Geschichten aus der Region, Transparenz über Partnerbetriebe – ist entscheidend, um Kundinnen und Kunden zu erreichen.

Sortimentsstrategie abstimmen

Nicht jedes Produkt muss zwingend mit dem Siegel versehen sein. Fokus auf Kernsortimente (z. B. Brot, Spezialgebäcke) kann Ressourcen sinnvoll bündeln.

Übersicht: Stufen der AMA-Gütesiegel-Qualitätskette

Stufe	Zielsetzung / Aufgabe
Landwirtschaft / Anbau	Herkunftsnachweis, Einhaltung der AMA-Richtlinien und Dokumentation vom Feld an
Mühle / Verarbeitung	Lückenlose Verarbeitungskette, Qualitätsanforderungen und chargengenaue Dokumentation
Bäckerei / Konditorei	Verarbeitung in zertifizierten

Stufe	Zielsetzung / Aufgabe
	Betrieben, Rückverfolgbarkeit von Rohstoffen bis zum Endprodukt
Handel / Vertrieb	Klare Kennzeichnung, Sicherung der Lieferkette und Informationsweitergabe an Kund:innen
Kontrolle / Auditierung	Eigenkontrollen, externe Audits und übergeordnete Überprüfungen durch AMA

Diese Struktur sorgt dafür, dass das Vertrauen von der Saat bis zum Konsumentenprodukt nachvollziehbar bleibt – und stärkt die Glaubwürdigkeit aller Akteure im System.

Blick nach vorn: Kampagne & Perspektiven

Aktuell läuft eine Kampagne der AMA-Marketing unter dem Motto „Da steckt mehr dahinter“, die bis Ende November Einblicke in die gesamte Wertschöpfungskette von Getreide, Brot und Gebäck vermitteln will. Ziel ist es, vom Feld bis zur Auslage sichtbar zu machen, welcher Aufwand hinter einem qualitätsgesicherten Produkt steckt. Für Fachbetriebe heißt das: Jetzt ist guter Zeitpunkt, sich zu positionieren und dieses Qualitätsversprechen aktiv in Marketing und Verkaufsstrategien zu integrieren. Für Bäcker, Konditoren, Pâtissiers, Chocolatiers, Bonbonhersteller und heimische Landwirtinnen und Landwirte bietet das AMA-Gütesiegel eine Plattform, um Qualität, Herkunft und Vertrauen zu vereinen – und sich langfristig in einem wettbewerbsintensiven Markt zu festigen.

Hier geht es zum SPOT

Besuchen Sie uns auf: baeckerzeitung.at