

Tag des Brotes 2025: Österreichs Getreideanbauflächen auf Rekordtief

Am 16. Oktober feiert Österreich den Tag des Brotes – ein Datum, das weit über den Genuss hinausgeht. Es steht für Handwerk, Tradition und Verantwortung gegenüber den Lebensmitteln, die tagtäglich auf unseren Tellern liegen. Doch aktuelle Zahlen zeigen: Während die Liebe zum Brot ungebrochen ist, geraten die Grundlagen seiner Herstellung zunehmend unter Druck. Die AMA-Marketing reagiert darauf mit einer neuen Kampagne, die die Bedeutung heimischer Getreideproduktion und regionaler Wertschöpfung in den Mittelpunkt stellt.



© AMA Marketing Sonja Priller

Getreideanbau auf historischem Tiefstand

Die aktuelle RollAMA-Auswertung 2025 zeigt ein

widersprüchliches Bild: Österreichs Getreideproduktion (ohne Mais) liegt mit rund 2,9 Millionen Tonnen um 4,6 Prozent über dem Vorjahreswert – dennoch sprechen Expert:innen von einem unterdurchschnittlichen Ergebnis. Grund ist die weiterhin reduzierte Anbaufläche, die nach dem Einbruch von 2024 auch heuer nicht wieder ausgeweitet werden konnte.

„Die Getreideernte 2025 ist besser ausgefallen als erwartet, doch die Anbauflächen sind so niedrig wie nie zuvor“, erklärt Lorenz Mayr, Aufsichtsratsvorsitzender der AMA-Marketing und selbst Ackerbauer. Viele Landwirte hätten ihre Flächen verkleinert oder stillgelegt, weil sich der Anbau wirtschaftlich kaum mehr rentiere. Hinzu kommen Preisschwankungen, Wetterextreme und steigende Betriebskosten, die die Planungssicherheit zusätzlich erschweren.

Brot als Symbol: Kultur, Handwerk, Identität

Zum Welttag des Brotes am 16. Oktober richtet die AMA-Marketing den Blick bewusst auf die emotionale und kulturelle Bedeutung von Brot. Es steht nicht nur für Sättigung, sondern auch für Gemeinschaft und Tradition. „Brot ist weit mehr als ein Grundnahrungsmittel – es ist ein Stück unserer Identität“, sagt Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing. „Jede Semmel, jeder Laib steht für die Arbeit vieler Menschen – vom Feld über die Mühle bis zur Bäckerei.“

Gerade in Zeiten globaler Lieferketten und anonymer Warenströme werde der Wert regionaler Lebensmittel wieder stärker erkannt. Das Brot mit dem rot-weiß-roten AMA-Gütesiegel ist daher auch ein Symbol für Transparenz, Vertrauen und Herkunft – Werte, die Konsument:innen zunehmend einfordern.

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

AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING

AMA-Gütesiegel: Qualität, die sichtbar wird

Seit Jänner 2025 dürfen erstmals Produkte aus 100 Prozent österreichischem Getreide das AMA-Gütesiegel tragen. Mittlerweile sind über 7.000 Ackerbaubetriebe in Niederösterreich, Oberösterreich und dem Burgenland Teil des Systems. Sie beliefern rund 75 Agrarhändler und Mühlen, die wiederum Partner von 15 Lizenznehmern sind – darunter bekannte Bäckereien und Handelsketten, die Brot und Gebäck mit Gütesiegel anbieten.

Das AMA-Gütesiegel ist ein behördlich anerkanntes Qualitätszeichen, das strenger ist als gesetzliche Mindestanforderungen. Es garantiert nachvollziehbare Herkunft, geprüfte Qualität und unabhängige Kontrollen.

Das Kontrollsystem umfasst drei Stufen:

- Eigenkontrollen in den Betrieben,
- externe Audits durch akkreditierte Prüfororganisationen,
- Überkontrollen durch die AMA selbst.

Damit wird die gesamte Wertschöpfungskette – vom Getreideanbau über die Verarbeitung bis zur Theke – lückenlos überprüft.

„Mit dem AMA-Gütesiegel machen wir Qualität sichtbar und schaffen Vertrauen“, betont Mutenthaler-Sipek. „Unsere Konsumentinnen und Konsumenten können sich darauf verlassen, dass drin ist, was draufsteht.“

So isst Österreich: Kleingebäck und Bio im Aufwind

Trotz der Herausforderungen im Anbau bleibt Brot eines der wichtigsten Lebensmittel Österreichs. Die RollAMA-Daten belegen, dass die Österreicher:innen heimische Backwaren schätzen:

- +5 % Ausgaben für Weißbrot,
- +8 % für Kleingebäck,
- +7 % für Feinbackwaren wie Strudel, Krapfen oder Plundergebäck.

Besonders bemerkenswert ist der anhaltende Trend zu biologischen Produkten: 13 % der Ausgaben für Brot und 19 % für Gebäck entfallen auf Bio-Waren. Bei Mehl und Flocken sind die Bioanteile sogar noch höher.

„Bio ist längst kein Nischenthema mehr“, erklärt Mutenthaler-Sipek. „Immer mehr Menschen wollen wissen, woher ihr Brot kommt, wie es verarbeitet wird und wer dahintersteht.“

Ein System, das Rückverfolgbarkeit schafft

Für handwerkliche Bäckereien, Konditoreien und Pâtisseries bietet das AMA-Gütesiegel klare Vorteile: Es ermöglicht eine nachweisbare Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Lieferkette – vom Feld bis zur Verkaufstheke.

Diese Transparenz stärkt nicht nur das Vertrauen der Konsument:innen, sondern auch die Prozesssicherheit innerhalb der Betriebe. Lückenlose Chargendokumentation, nachvollziehbare Mehllieferungen und regelmäßige Audits sorgen dafür, dass Qualitätsversprechen überprüfbar bleiben.

Gleichzeitig dient das Gütesiegel als Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb. In einem Markt, der von Preisaktionen und Massenware geprägt ist, können Betriebe mit zertifizierter Qualität und regionaler Herkunft gezielt punkten.

Regionale Wertschöpfung und Verantwortung

Die Getreideproduktion ist laut Lorenz Mayr ein „zentraler Baustein der Ernährungssicherung in Österreich“. Jeder Laib Brot mit AMA-Gütesiegel leiste einen Beitrag zur regionalen Stabilität. „Wer beim Einkauf bewusst zu heimischem Brot greift, unterstützt nicht nur die Bäckereien, sondern auch die Landwirtinnen und Landwirte, die dafür täglich am Feld stehen.“ Damit erfüllt das Gütesiegel eine doppelte Funktion: Es sichert Einkommen und Arbeitsplätze entlang der Wertschöpfungskette und stärkt das Bewusstsein für Herkunft. Gerade in Zeiten globaler Unsicherheiten wird dieser Aspekt zunehmend zu einem Qualitätskriterium, das über den reinen Preis hinausgeht.

Neue AMA-Kampagne: „Da steckt mehr dahinter“

Passend zum Welttag des Brotes hat AMA-Marketing eine neue 360-Grad-Kampagne gestartet, die bis Ende November läuft. Unter dem Motto „Da steckt mehr dahinter“ wird sichtbar gemacht, wie viel Arbeit, Wissen und Leidenschaft in Getreideprodukten steckt – von der Aussaat über die Ernte und Mühlenverarbeitung bis zum fertigen Gebäck.

Der begleitende TV-Spot und Online-Content stellen die Menschen in den Mittelpunkt, die hinter dem Brot stehen: Ackerbäuerinnen, Müller, Bäcker und Verkäuferinnen. „Unser Ziel ist es, das Unsichtbare sichtbar zu machen“, sagt Mutenthaler-Sipek. „Denn jedes Brot erzählt eine Geschichte – von Herkunft, Handwerk und Verantwortung.“ 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 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.

Tag des Brotes als Bekenntnis zu Regionalität

Der Tag des Brotes 2025 ist mehr als eine Feier für Genießer – er ist ein Aufruf, die Grundlagen unseres Ernährungssystems zu sichern. Während die Getreideanbauflächen sinken, steigt die Bedeutung regionaler Qualitätsprogramme wie dem AMA-Gütesiegel.

Für die Fachwelt – von Bäcker:innen über Konditor:innen bis hin zu Landwirt:innen – bedeutet das eine Chance, die eigene Rolle im Wertschöpfungsnetzwerk zu stärken. Brot bleibt damit nicht nur ein Stück Kulturgeschichte, sondern auch ein Gradmesser

für das Bewusstsein, wie eng Handwerk, Landwirtschaft und Konsum miteinander verwoben sind.

<https://youtu.be/iAm2U5KRgJs?si=z0NRy73xUUemtDgO>

Besuchen Sie uns auf: baeckerzeitung.at