

Die Brotnation

Brot gehört für Österreicher dazu: Mehr als jeder Dritte isst täglich Brot und Gebäck, ergibt eine Umfrage.

GUNSKIRCHEN. Brot ist ein Grundnahrungsmittel – unter den 50- bis 69-Jährigen isst sogar jeder Zweite täglich Brot. Mehr als die Hälfte der Österreicher (57%) würde eher auf Kaffee verzichten als auf Brot. Appetit (63%), Zufriedenheit (42%) und Vorfreude (37%) sind die häufigsten Gefühle beim Genuss von frischem Brot und Gebäck. Diese Zahlen ergab der Resch&Frisch-Brotreport, durchgeführt durch IMAS. Geschäftsführer und Auftraggeber Georg Resch zeigt sich erfreut: „Brot ist Heimatgefühl und Genuss im Alltag, vom Kornspitz bis zum Kipferl. Der Report zeigt, wie stark Geschmack und Frische in unserem



57% der Österreicher würden laut einer im Auftrag von Resch&Frisch durchgeführten Umfrage eher auf Kaffee als auf Brot verzichten.

Eiselsberg führt aus, worauf es ankommt: „Die Stärke des österreichischen Brotes ist seine Vielfalt. Das reicht von regionalen Klassikern bis zu ernährungsbewussten Varianten und erklärt die außergewöhnlich hohe Zufriedenheit.“

In Zahlen, bitte!

In Zahlen heißt das: Das Vollkornweckerl (19%) liegt vor dem Kornstangerl (17%), dem Laugengebäck (13%) und dem klassischen Semmerl (12%). Auffällig sind regionale Unterschiede: Tirol mag Laugengebäck (27%), die Steiermark das Kornstangerl (30%), Kärnten das Vollkornweckerl (26%) am meisten. 68% der Befragten sind zudem davon überzeugt, dass Österreich im europäischen Vergleich das beste Brot hat. „Diese Ergebnisse unterstreichen: Brot ist ein Symbol nationaler Identität und kulinarischer Stärke“, so Resch. „Die hohe Zustimmung beweist nicht nur die Wertschätzung für Qualität, Frische und Vielfalt, sondern auch den Stolz auf eine jahrhundertealte Backtradition, die bis heute modern interpretiert und weiterentwickelt wird!“, freut sich Georg Resch zurecht. (red)

”

Brot ist ein Symbol nationaler Identität und kulinarischer Stärke.

Georg Resch
Geschäftsführer
Resch&Frisch

“

Verständnis von Ernährung verankert sind.“

Wichtig sind den Kunden dabei Geschmack (72% „sehr wichtig“), Frische (65%) und die

Qualität der Zutaten (53%). Das heimische Brot kommt in diesem Zusammenhang gut an: 62% vergeben die Note eins, 28% einen Zweier. IMAS-Studienleiter Paul

So wird die Herkunft sichtbar gemacht

Das AMA-Gütesiegel zeigt, wo Brot herkommt. Die Anbaufläche sinkt indes.

WIEN. Mehr als 7.000 Ackerbaubetriebe in Niederösterreich, Oberösterreich und dem Burgenland sind beim AMA-Gütesiegel mit dabei. Sie beliefern 75 Agrarhändler und Mühlen. Insgesamt verkaufen 15 Lizenznehmer Brot und Gebäck mit dem Gütesiegel. Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing, erklärte anlässlich des am 16. Oktober begangenen

Tag des Brotes: „Mit dem Siegel machen wir Qualität sichtbar und schaffen Vertrauen.“

Lorenz Mayr, AMA-Marketing-Aufsichtsratsvorsitzender und selbst Ackerbauer, macht aber auch auf nicht so gute Entwicklungen aufmerksam: „Die Getreideernte 2025 ist besser ausgefallen als erwartet, doch die Ackerbäuerinnen und Ackerbauern kämpfen mit dem Preisver-

fall. Die Getreideanbauflächen sind so niedrig wie noch nie zuvor. Die Getreideproduktion ist für die Ernährungssicherung in Österreich der Schlüsselbereich.“

Er appelliert darüber hinaus, beim Kauf von Brot und Gebäck auf das Gütesiegel zu achten und dadurch den regionalen Ackerbau in Österreich zu unterstützen. (red)



Christina Mutenthaler-Sipek und Lorenz Mayr (AMA-Marketing).