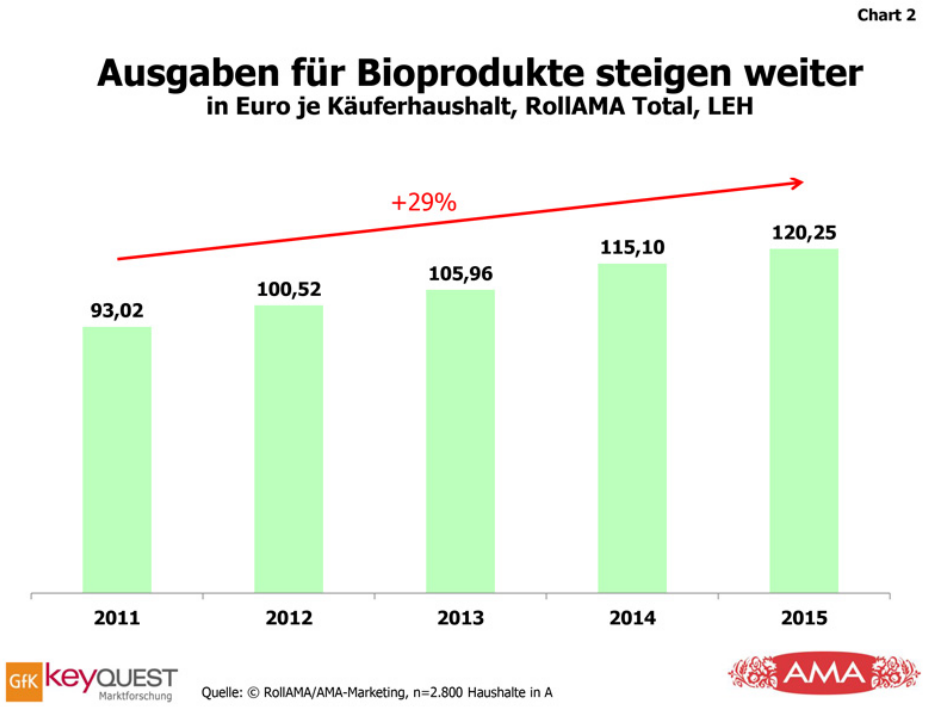
Bio: Im Handel top, in der Gastro flop

Bio-Produkte haben sich im Lebensmittelhandel zu einem wichtigen Marktsegment entwickelt. Acht Prozent der Ausgaben für Frischeprodukte entfallen auf Bio. Im Durchschnitt gab ein österreichischer Haushalt im vergangenen Jahr 120 Euro für Bio-Frischeprodukte aus.



In der Gastronomie ist Bio noch ein zartes Pflänzchen und der Anteil bei ca. zwei Prozent. Gründe dafür sind der höhere Aufwand beim Einkauf der Zutaten – hinsichtlich Verfügbarkeit und Preis – und Hürden der Zertifizierung. Das Bewusstsein der Konsumenten für Bio in der Gastronomie steht erst am Beginn eines möglichen Trends. Das zeigt die aktuelle Marktforschung der AMA, die anlässlich der Bio-Aktionstage im September

erstellt wurde.

Bio ist stark auf den eigenen Einkauf konzentriert. Außer Haus denkt man noch deutlich weniger an Bio. Der Einsatz biologischer Zutaten spielt für die Wahl des Restaurants wenig Rolle, das gute Essen oder das Ambiente stehen im Vordergrund der Entscheidung. Die Konsumenten wünschen sich mehr Bio-Lokale und, dass diese besser erkennbar und gekennzeichnet werden.

Gastronomen eröffnen ein Bio-Lokal aus tiefster Überzeugung, nicht weil sie sich damit mehr Kunden erhoffen oder einem Trend folgen wollen. Bio ist für die Wirte mehr als das Zubereiten biologischer Zutaten. Für sie ist es ein Gesamtkonzept aus Transparenz, Regionalität, kleinstrukturierter Landwirtschaft und individueller Handfertigung. Beim Einkauf bevorzugen Bio-Wirte kleine Lieferanten, die sie persönlich kennen und denen sie eine ähnliche Grundhaltung zutrauen. Den Mehraufwand, der durch diese Art der individuellen Warenbeschaffung entsteht, nehmen sie in Kauf.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at