

## BIO vom BERG: Auch im Jahr 2022 erfolgreich

Der Umsatz von BIO vom BERG blieb trotz Teuerung im Jahr 2022 konstant. Björn Rasmus, Geschäftsführer der Bioalpin führt den Erfolg auf eine starke regionale Verwurzelung der Konsument:innen und der Marke zurück. 2023 soll das derzeit rund 400 Artikel umfassende Sortiment wachsen und der Vertrieb ausgebaut werden.



*GF Björn Rasmus, Bio-Bergbäuerin Bianca Klapeer und Obmann Simon Wolf freuen sich über eine konstante Umsatzentwicklung von BIO vom BERG. (© BIO vom BERG)*

Auch BIO vom BERG muss branchenübergreifende Herausforderungen, wie die Inflation oder den Fachkräftemangel, meistern. Dennoch konnte 2022 ein Umsatz von 14,6 Millionen Euro (2021: 13,7 Millionen) erwirtschaftet werden.

Der Erfolg ist hauptsächlich auf die herausragende Qualität der

Produkte, die Treue der bewusst einkaufenden Konsument:innen und die starke Strahlkraft der nachhaltig aufgebauten Marke zurückzuführen. 2023 soll das derzeit rund 400 Artikel umfassende Sortiment leicht wachsen und der Vertrieb weiter ausgebaut werden.

## **Schwierige Zeiten auch für BIO vom BERG**

Tirols einzige unabhängige Bio-Erzeugermarke blickt auf ein bewegtes Jahr zurück. Während 2022 im Zeichen des 20-jährigen Jubiläums stand, nahmen die weltweiten Ereignisse, wie die Covid-Pandemie, der Ukraine-Krieg und die hohe Inflation, einen spürbaren Einfluss auf die heimische Bio-Landschaft.

Das Geschäftsjahr 2022 schließt das Bio-Label mit einem Umsatzplus von sieben Prozent und damit 14,6 Millionen Euro (2021: 13,7 Millionen Euro) ab. „Berechnet man die Inflation mit ein, befinden wir uns weiterhin auf Vorjahresniveau beziehungsweise nur leicht darunter“, ordnet Björn Rasmus, Geschäftsführer der Bioalpin e. Gen. die Zahlen ein und zieht eine positive Bilanz:

„2022 war mit vielen Unsicherheiten verbunden. Trotz dieser schwierigen Ausgangslage ist es uns gelungen, knapp 20 neue Produkte unserer Erzeuger am Markt zu lancieren, das Bewusstsein für regionale Bioqualität voranzutreiben und den Markenkern nachhaltig zu stärken. Positive Rückmeldungen seitens des Handels sowie die Tatsache, dass die Konsumentinnen und Konsumenten der Marke treu bleiben, bestärken uns.“

## **Teuerung und Fachkräftemangel als Innovationsbremse**

Genossenschafts-Obmann Simon Wolf sieht BIO vom BERG zurzeit mit zwei zentralen Herausforderungen konfrontiert: „Die

Teuerung zieht laufende Preisanpassungen nach sich, was eine Vielzahl an Gesprächen mit Kund:innen und Lieferant:innen bedeutet – schließlich möchten wir unseren kleinstrukturierten Betrieben eine langfristige Perspektive bieten.“

Was die Preissteigerungen für die einzelnen Betriebe bedeutet, veranschaulicht Bianca Klapeer, Bioalpin-Vorstandsmitglied und Bio-Bäuerin am Beckahof in Nauders:

„Wir spüren die Teuerung besonders im Bereich der Verpackung und beim Kraftfutterpreis. Während das Futter für unsere Legehühner 2021 noch 50 Cent netto pro Kilo kostete, sind es jetzt 80 Cent – ein einziges Huhn frisst rund 120 Gramm am Tag.“

Zudem wirkt sich der omnipräsente Fachkräftemangel auch auf den Vertrieb der Bio-Produkte aus. „Beispielsweise fehlt im Handel ausgebildetes Fachpersonal, das die Konsument:innen an der Theke berät und informiert. Der wachsende Selbstbedienungsbereich erschwert die Markteinführung eines Premiumprodukts“, führt Simon Wolf aus.



*Björn Rasmus, Bianca Klapeer und Simon Wolf (v.l.n.r.) informierten über die erfolgreiche Entwicklung von BIO vom BERG.(©BIO vom BERG)*

**Zusammenarbeit als Schlüssel zum Erfolg**

Angesichts der neuen Herausforderungen wird die Relevanz der Genossenschaft als schützendes Dach und aktive Drehscheibe für heimische kleinstrukturierte Bio-Landwirtschaftsbetriebe deutlich.

„In gemeinsamen Sitzungen besprechen wir Lösungsansätze und sind in regelmäßigem Austausch, was die aktuellen Entwicklungen betrifft. Der Umgang ist familiär und wertschätzend. Als kleinstrukturierter Bio-Betrieb fühlt man sich ernst genommen“, beschreibt Bianca Klapeer die Zusammenarbeit mit BIO vom BERG.

Dass der Biomarkt in Österreich und im Speziellen in Tirol eine konstante Umsatzentwicklung zu verzeichnen hat, führt Bioalpin-Geschäftsführer Björn Rasmus vor allem auf die starke Verwurzelung der Konsument:innen mit der Region zurück.

„Glaubwürdigkeit und eine enge Verbindung zu den Produzent:innen sind wichtige Beweggründe für den bewussten Einkauf. Hinzu kommt, dass Bio-Produkte in Österreich stärker im Lebensmitteleinzelhandel etabliert sind als beispielsweise in Deutschland. Den Weg, den wir vor über 20 Jahren eingeschlagen haben, erweist sich jetzt als essenziell wichtig und richtig.“

## **Neue Produkte und Erzeuger**

Die qualitativ hochwertigen Produkte der regionalen Produzent:innen sind die Grundlage für den Erfolg von BIO vom BERG, dieses Angebot wird auch 2023 weiter ausgebaut. So sind verschiedene Käsevariationen, wie Camembert, Pfefferkäse oder Cremebrie, Cabanossi, Kalbslyoner und Grissini neu im Sortiment.

„Besonders freut es uns, dass wir einen neuen Erzeuger gewinnen und einem kleineren Produzenten den Marktzugang verschaffen konnten. Von der Lechtaler Naturkäserei Sojer ist demnächst ein Ziegencamembert (Natur und Kräuter) und ein Ziegenfrischkäse (Natur und Chili) bei MPREIS erhältlich“, schildert Bioalpin-Obmann Simon Wolf.

Vom 14. bis 17. Februar 2023 ist BIO vom BERG mit einem Stand auf der **BIOFACH**, der Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel in Nürnberg, vertreten.

**Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](http://fleischundco.at)**