

# Wo Österreich noch nachlegen kann

Österreich ist Biovorreiter in der EU. Doch bei der bioregionalen Wertschöpfung bleibt es hinter seinen Potenzialen zurück.

Alexander Dietl und Isabella Gusenbauer nennen Gründe dafür.

**M**it einem Bioanteil von 27 Prozent bei den bewirtschafteten Flächen und 23 Prozent bei den landwirtschaftlichen Betrieben hat sich Österreich als Vorreiter der biologischen Landwirtschaft Europas etabliert. Demgegenüber steht ein Marktanteil biologischer Produkte von etwa elf Prozent (Stand 2023) [1]. Es werden in Österreich also mehr Bioprodukte produziert als konsumiert. Hinzu kommt, dass sich die Handelsstrukturen in Österreich auf drei Supermarktkonzerne aufteilen, die etwa 90 Prozent des Lebensmittelmarkts dominieren [2].

Trotz des hohen Bioanteils ist die regionale Herkunft seit Jahren das wichtigste Kaufmotiv der Konsument\*innen in Österreich [3]. Während es für Bioprodukte klare gesetzliche Grundlagen und eine transparente Zertifizierung gibt, ist die Regionalität von Lebensmitteln in Österreich weitgehend Auslegungssache und nicht klar geregelt. Alle Produkte, die aus Österreich stammen, werden oftmals als Produkte aus regionaler Herkunft vermarktet. Bereits ein Viertel bis ein Drittel der Österreicher\*innen haben diese Definition für sich übernommen [3; 4].

## Initiativen, Entwicklungen, Akteure

Wie steht es unter diesen Voraussetzungen um die bioregionale Wertschöpfung in Österreich? Ist sie nur eine Nische in einem hart umkämpften Markt oder bereits in der Mitte der Gesellschaft angekommen? Es gibt diverse Strukturen der bioregionalen Wertschöpfung in Österreich.

Die Supermarktketten in Österreich haben durch ihre Vermarktungsstrategien dazu beigetragen, den Begriff der Regionalität auszuweiten. Neben einem saisonal schwankenden und oft sehr begrenzten Angebot an regionalen Produkten liegt der Fokus auf „Bio aus Österreich“ und regionalen Spezialitäten, die landesweit angeboten werden. Die Idee einer bioregionalen

Wertschöpfung wird damit selten konsequent zu Ende gedacht. Dennoch haben die drei großen Akteure durch die Einführung ihrer erfolgreichen Bioeigenmarken dazu beigetragen, kleinstrukturierte landwirtschaftliche und verarbeitende Betriebe zu erhalten und damit die Grundlagen einer bioregionalen Wertschöpfung zu stärken. Hervorzuheben sind hierbei die regionalen Erzeugerorganisationen und Bio Austria, Österreichs größter Bioverband, die meist die Grundlage für diese Strukturen und Kooperationen in den Regionen schaffen.

Mit dem Aufschwung der Ökolandwirtschaft haben sich in Österreich verschiedene auf bioregionale Wertschöpfung fokussierte Regionen entwickelt, die Bio über die Landwirtschaft hinaus auch als vernetzendes Identitätsmerkmal und als Faktor für den Tourismus denken. Eine Pionierrolle spielt dabei die BioRegion Mühlviertel in Oberösterreich [5]. Dieses 2010 im Rahmen des LEADER-Programms der EU ins Leben gerufene Projekt vereint mittlerweile 600 Mitglieder und 150 Partnerbetriebe. Gemeinsam setzen sie sich für die regionale Verankerung und Wertschöpfung biologischer Produkte ein. In der Steiermark gibt es dazu aktuell ambitionierte Pläne. Um Produktion und Absatz von Bioprodukten in den Regionen zu erhöhen, sollen – mit Unterstützung des Landes, von regionalen Bioverbänden und Förderungen des Bundes – fünf der bisher nur zum Teil auf Ökolandwirtschaft ausgerichteten Regionen nun zu Biomodellregionen umgestaltet werden [6].

In Tirol gibt es zwar noch keine Bioregion, jedoch mit „BIO vom BERG“ [7] seit vielen Jahren eine bäuerliche Genossenschaft, die eine erfolgreiche Marke zur Förderung und Vermarktung regionaler Bioprodukte aufgebaut hat. Ähnliches hat sich in Salzburg mit der Marke Bioparadies etabliert. Aus einer Kooperation des Landes Salzburg, regionaler Bioverbände und Regionalvermarktern ist hier eine stark auf den Tourismus ausgerichtete Marke zur Förderung und Vermarktung regionaler Biohöfe und Spezialitäten entstanden.



Vom Acker zur Mühle zur Bäckerei: In Österreich gibt es bereits einige erfolgreiche Projekte zur bioregionalen Wertschöpfung.

Neben dem in Österreich seit jeher etablierten Ab-Hof-Verkauf von Bioprodukten und den lokalen Bauernmärkten nutzen viele Biobetriebe vermehrt diverse neue Absatzwege. Während die Konzepte der Solidarischen Landwirtschaft und Foodcoops in Österreich nach einer zu Beginn sehr erfolgreichen Entwicklung immer weniger Zuwachs fanden, entstehen aktuell immer mehr Marktgärtnerei-Betriebe [8], die diese und ähnliche Betriebskonzepte und Absatzstrukturen mitunter wieder verstärkt nutzen. Eine weitere innovative Form der Direktvermarktung, die immer mehr Betriebe und Konsument\*innen schätzen, hat sich im Laufe der Corona-Krise entwickelt: Selbstbedienungsläden, entweder direkt auf dem Hof oder mit diversen regionalen Waren in den Ortskernen.

Auch auf Ebene der Wertschöpfungskette sind in den vergangenen Jahren alternative Strukturen entstanden. Das aus Deutschland stammende Konzept der Regionalwert AG [9] – eine Aktiengesellschaft, die durch Beteiligungen und Kooperationen regionale Lebensmittelnetzwerke stärkt (siehe den Beitrag Gothe und Zach, S. 32) – hat sich auch im Osten Österreichs etabliert und unterstützt dort Biobetriebe und Verarbeiter. In eine ähnliche Richtung geht die Wiederbelebung von Lebensmittel-Genossenschaften in Wien, bei denen faire Bedingungen für Konsument\*innen und Produzent\*innen und die aktive Beteiligung aller Akteur\*innen im Zentrum stehen, etwa der Mitmach-Supermarkt Mila [10] oder die in den Startlöchern stehende Supermarkt-Genossenschaft Morgenrot [11]. Zudem vernetzen Plattformen wie Markta [12] Konsument\*innen und Produzent\*innen, indem sie den Online-Verkauf von regionalen und biologischen Lebensmitteln erleichtern und so den Zugang zu lokalen Bioprodukten fördern.

der Vermarktung regionaler Spezialitäten, doch alternative Ansätze und Konzepte, die von der regionalen Bevölkerung getragen werden und eine nachhaltige Nahversorgung aus der Region für die Region ermöglichen, schaffen es bislang selten, sich über Nischen hinaus zu etablieren.

Neben vielen sinnvollen Einzelmaßnahmen in diesem Bereich, wie die Erhöhung des Absatzes regionaler Bioprodukte in der Gemeinschaftsverpflegung oder eine einheitliche und transparente Herkunftskennzeichnung, braucht es vor allem systemische Ansätze und eine bundesweite Strategie, die eine nachhaltigkeitsorientierte Regionalisierung des Ernährungssystems in Österreich fördert. Diese Strategie und die darin enthaltenen Maßnahmen sollten möglichst alle relevanten Akteur\*innen und Expert\*innen einbinden und in eine nachhaltige Transformation des ganzen Ernährungssystems eingebettet werden. Dabei muss der Einsatz öffentlicher Gelder an Bedingungen geknüpft sein, die den ökologischen und sozialen Nutzen sicherstellen. Auf Ebene der Regionen und Bundesländer empfiehlt es sich, die Vernetzung und Zusammenarbeit von Produzent\*innen und Konsument\*innen sowie den Aufbau alternativer und gemeinschaftlich orientierter Absatzstrukturen zu fördern. Dies kann durch die Etablierung eines möglichst dichten Netzes an Biowertschöpfungszentren [13] und Bioregionen, die mit niederschweligen und zielorientierten Fördertöpfen ausgestattet sind, unterstützt werden. □

► Die Ziffern in eckigen Klammern verweisen auf zitierte Literatur, abrufbar unter [oekologie-landbau.de/materialien](https://oekologie-landbau.de/materialien)

## Weitere sinnvolle Schritte

Auch wenn Österreich durch seine diverse Ökolandwirtschaft viele Erfolgsprojekte in der bioregionalen Wertschöpfung vorweisen kann, bleibt es hinter seinem Potenzial zurück. Die Supermarktketten leisten zwar gemeinsam mit den Erzeugergemeinschaften und Bioverbänden einen wertvollen Beitrag in



Alexander Dietl und Isabella Gusenbauer,

beide Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) Österreich, Wien, [alexander.dietl@fibl.org](mailto:alexander.dietl@fibl.org)