

Weiterhin gutes Wachstum am Biomarkt

Biofach und Vivaness begeisterten mit über 2 500 Ausstellern die Biowelt

Nach vier Tagen endete am vergangenen Samstag die „BioFach“, Weltleitmesse für Bioprodukte, die auf dem Messegelände in Nürnberg stattfand. Die Stimmung in der Biobranche sei bestens, konnte man von den Ausstellern vernehmen. Der Dioxinskandal habe den Biomarkt gut gepuscht, aber auch ohne den Skandal würde Bio boomen. Das LW hat sich bei einigen Ausstellern auf der Messe über den derzeitigen Stand in der Biobranche informiert und stellt die besten Neuheiten vor.

Am deutschen Biomarkt wurde 2010 ein Umsatzplus von zwei Prozent auf rund sechs Mrd. Euro erzielt. Weltweit kauften Kunden Bioprodukte für 55 Mrd. US-Dollar. Verständlich, dass bei steigenden Umsätzen die Stimmung auf der Biofach optimistisch daherkam, was auch die Nürnberger Messeverantwortlichen bestätigten. Sie sagten: „Die gute Stimmung im globalen Biomarkt war auf dem Messegelände deutlich zu spüren. 80 Prozent der Besucher beurteilten die Konjunktur sehr positiv. Die Zufriedenheit mit dem Angebot lag bei 97 Prozent.“ Entsprechend gut liefen die Informations- und Verkaufsgespräche an den Messeständen.

Hessische Länderpräsentation

„Wir sind jetzt im sechsten Jahr auf der Biofach, und inzwischen kommen die Fachhändler viel gezielter“, stellte Martin Heil, Geschäftsführer der Kelterei Heil in Laubus-Eschbach, zufrieden fest. Das Bio-Apfelweinkonzept Fichtekranz sei mittlerweile in der Branche bekannt. Als neues Produkt stellte Heil den „Fichtekranz Heißer Apfelwein in der 0,25-Literflasche“ vor. Dieser ist mit Zucker und den typischen Glühweingewürzen bereits abgeschmeckt. „Wir wollten auch im Winter mit einem Bioprodukt auf dem Markt sein“, erklärte Martin Heil die Idee des neuen Produktes, das im Einmachglas erhitzt wird (siehe Bild). Bislang könne die Kelterei auf heimische Äpfel für die Produktion ihrer Bioapfelweine zurückgreifen. Der größte Anteil käme von den Streuobstwiesen aus dem Rhein-Main-Gebiet.

Am hessischen Gemeinschaftsstand, organisiert von der Marketinggesellschaft Gutes aus Hessen, präsentierten sich unter anderem auch noch das in Witzenhausen ansässige Zertifizierungs-Institut AGRECO, der Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften der Universität Kassel, das Alsfelder Biofleisch – Hephata, die Bioregion Werra-Meißner, die Uni Kassel-Witzenhausen, das Hühner-Mobil als in-

novatives Stallkonzept und die Ringgauer Landkäserei mit ihren Käsespezialitäten. Der Andrang an den Ständen war groß, sodass auch hier die Aussteller eine positive Bilanz von der Biofach zogen.

193 ausgezeichnete Bioweine

Zur Biofach wetteiferten 555 Bioweine um die Medaillen des Bioweinpreises „MUNDUSvini BioFach“. Die meisten Weine kamen aus Italien (148), Spanien (120) und Deutschland (105), wobei die meisten deutschen Proben aus der Pfalz (23), gefolgt von Rheinhessen (21) und Franken (18) eingereicht wurden.

Die Bewertung der Bioweine erfolgte schon im Dezember 2010 in Neustadt an der Weinstraße in einer Blindverkostung durch eine 42-köpfige Jury von internationalen Weinexperten. Auf der Biofach wurden nun die insgesamt 193 Medaillen vergeben: drei Mal Großes Gold, 71 Mal Gold und 119 Mal Silber. Die deutschen Winzer schnitten mit 48 Medaillen am erfolgreichsten ab. Alle drei mit der Top-

Auf einen Blick



Die Biofach und Vivaness (Leitmesse für Naturkosmetik und Wellness) fanden vom 16. bis 19. Februar in Nürnberg statt. Über 44 000 Facheinkäufer besuchten die 2 544 Aussteller aus 86 Ländern. Das Fachpublikum kam aus 131 Ländern. Laut dem Bund Ökologische Lebenswirtschaft (BÖLW) hielt das Wachstum bei Biobetrieben auch 2010 weiter an. Aktuelle Schätzungen zufolge nahm die ökologisch bewirtschaftete Fläche in Deutschland um rund 54 000 Hektar auf über eine Million Hektar zu, was einem Zuwachs von 5,7 Prozent gegenüber 2009 entspricht. Die Zahl der Biobetriebe wuchs binnen eines Jahres von 21 047 auf circa 22 200 Betriebe, eine Zunahme um gut 1 100 Betriebe oder 5,4 Prozent.



Zum Erhitzen des „Fichtekranz Heißer Apfelwein“ der Kelterei Heil kann dieser, so die Marketingidee, in ein Einmachglas gestellt und heißes Wasser hinzugegossen werden.



Von der Qualität der Bioweine konnten sich die Facheinkäufer an den Messeständen und in der Vinothek überzeugen. Drei deutsche Weine wurde mit „Großem Gold“ prämiert. Fotos: Lehmkühler

Auszeichnung „Großes Gold“ belohnten Weine stammen aus Deutschland, darunter zwei aus der Pfalz: der 2009 Riesling Forster Ungeheuer Bienenlese vom Weingut Reichsrat von Buhl, Forst, und der 2009 Buntsandstein Riesling trocken vom Weingut Hirschhorner Hof, Neustadt.

Die Summe der Auszeichnungen zählt

Über zwei Silbermedaillen freute sich auch der rheinhessische Winzer Ralf Knobloch, der gemeinsam mit seinem Bruder, Winzermeister Arno Knobloch, das „Weingut Klaus Knobloch“ in zweiter Generation in Ober-Flörsheim führt. Der Violan Regent 2009 und der Jade Riesling 2009 wurden prämiert.

„Dass die beiden Weine bei der Jury ankamen, spornt uns natürlich an, aber insgesamt zählt die Summe vieler verschiedener Auszeichnungen, zumal die internationale Jury nach einem ganz anderen Aromabild bewertet als die deutsche Jury“, so Ralf Knobloch. Etwas mehr säurehaltige Weine kämen im Ausland nicht so gut an wie im Inland. Seit 1988 gehört das Weingut ECOVIN, dem Bundesverband Ökologischer Weinbau, an. Bewirtschaftet werden 32 Hektar Rebfläche.

„In den letzten zwei Jahren war das Wachstum etwas geringer. Unser Ziel ist es daher weiterhin, die Qualität der Weine zu verbessern. Hier gibt es immer Luft nach oben“, so Knobloch. In puncto Rohstoffe berichtete er, dass



Ralf Knobloch mit dem prämierten Rotwein „Violan Regent 2009“.

man in den nächsten Jahren gegebenenfalls mit einem Engpass beim inländischen Biozucker aus Biozuckerrüben rechnen müsse.

Biokonsumenten verändern sich

„Die Biokonsumenten haben sich im Lauf der Zeit verändert“, sagte Prof. Carola Strassner von der Fachhochschule Münster auf der Biofach. „Vor rund hundert Jahren entstand die Bio-Bewegung aus einer engen Verknüpfung mit der Vollwerternährung. Alles sollte so natürlich wie möglich verzehrt werden. Das verstaubte Image der Voll-

Innovative Produkte – vom Wirtschaftsministerium gefördert



Interessant ist es, jungen Unternehmen bei ihrem Start in den Biomarkt über die Schultern zu schauen. Am vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Gemeinschaftsstand ist dies auf der Biofach möglich. Hier zwei Beispiele: Emils Feinkost aus Stuttgart und Bizzice aus Frankfurt.

Mit ihren beiden Dressings „Emils Honig Senf Dressing“ und „Emils Walnuss Dressing“ belegten die Neueinsteiger Jens Wages und Michael Wiese gleich den zweiten Platz beim „Best New Product Award Convenience“ (siehe auch S. 13). „Beim gemeinsamen Kochen und Genießen entstand die Idee, unsere eigenen Produkte ohne Zusatzstoffe auf den Markt zu bringen“, so Michael Wiese auf der Biofach. Zur Produktlinie „Emils Feinkost“ gehören auch Honige, Essige, Olivenöl und Mostrich. Die Jungunternehmer arbeiten daran, ihre Produkte über den Stuttgarter Raum hinaus bekannt zu machen beziehungsweise vertreiben zu können.

Aus Frankfurt kommt das „Bizzice“. Namensgeber sind Karina und Lorenzo Bizzi. Die Jungunternehmer fielen mit ihren aromatischen Bio-Eissorten wie Karotten-Honig-Ingwer-Sorbet oder Mandel-Kardamom-Eis auf, die „wir ohne Zusatz von künstlichen Aromen und Geschmacksverstärkern im Familienbetrieb herstellen“, so Karina Bizzi. Es ist mit dem Biosiegel zertifiziert. „Bei unseren Eiskreationen lassen wir uns von den Gewürzen der Welt inspirieren. Wir verkaufen ab Werk, an Gastronomen oder beliefern Events und Feste, entweder mit einer Verkaufstheke und Eisbällchen oder in unseren fertigen Eisbechern.“



Bizzice besticht durch besondere Eiskreationen – alle zertifiziert mit dem Biosiegel. Fotos: Lehmkühler



Spricht kleinere Haushalte an: 4er Eier- und Limonadengebinde (ausgewählte Beispiele).

werternährung hat die Biobranche jedoch längst abgelegt, wenn auch die Idee dahinter heute brisanter denn je ist. Allerdings kommen heute im Biobereich immer mehr auch vorgefertigte Produkte auf den Markt. Biokäufern ist artgerechte Tierhaltung, Fairtrade und der Verzicht auf Gentechnik wichtig. Auch der Stellenwert gesundheitlicher Aspekte stellt einen relevanten Einflussfaktor dar“, so Strassner. Die Frage nach der Zukunft der Biobranche sieht die Expertin darin, „nicht zehn neue Biolimos herzustellen, sondern sich als Hersteller zu fragen: Was ist das Konzept und die Vision meiner Produktion? Welche Prozesse will ich mit Bio verfolgen, und wie kann ich nachhaltig produzieren?“

Auf den demografischen Wandel mit immer mehr Singlehaushalten gingen einige Hersteller beispielsweise mit dem Angebot kleinerer Gebinde ihrer Produkte ein, beispielsweise Eier oder Getränke im 4er-Karton (siehe Bilder Seite 12 unten). Ferner wurden viele neue Convenienceprodukte vorgestellt: besondere Marinaden und Saßen sowie Suppen, die von fernen Reisen erzählen und nach traditionellen Rezepten bereitet wurden oder Trockendips, die in Joghurt oder Quark eingerührt einen schmackhaft würzigen Dip ergeben. „Auch der Biokonsument will heute schnell eine gesunde Mahlzeit auf den Tisch bringen“, so Strassner.

Welternährung im Fokus

Auf der Biofach diskutieren Verbandsvertreter, Erzeuger und Händler auch über die Ernährung der Weltbevölkerung. Bio kann den Hunger stoppen, lautete die Überzeugung. „Internationale, nationale und lokale Agrarpolitik muss sich ändern“, forderte die Präsidentin des Bio-Dachverbandes IFOAM, Katherine DiMatteo, in Nürnberg. „Obwohl es keine einzelne Lösung gibt, kann der facettenreiche, ganzheitliche, agrar-ökologische Ansatz, für den die biologische Landwirtschaft steht, signifikant zu steigenden Einkommen und der Reduzierung von Armut beitragen.“

Die nächste Biofach findet vom 15. bis 18. Februar 2012 in Nürnberg statt. Als Land des Jahres wird dann Indien im Mittelpunkt der Weltleitmesse stehen. SL

Die besten Neuheiten – Messebesucher stimmten ab

Erstmals auf der Biofach wurden die besten neuen Produkte in sieben Kategorien auf Basis der angemeldeten Neuheiten ausgelobt. Die Fachmessebesucher konnten unter 222 Produkten ihre Stimmen für die „Best New Products 2011“ abgeben. Hier die Gewinner:

- In der Kategorie der **Milch- und Molkereiprodukte** gewannen zwei Joghurts der Andechser Molkerei in Andechs, die mit dem natürlichen Süßstoff Stevia gesüßt sind: „Stevia Bio-Joghurt“ in den Geschmacksrichtungen Maracuja-Banane sowie Orange-Sanddorn – jeweils im 2er-Cluster.
- In der Kategorie **Feinkost und Gewürze** gewannen die sieben neuen Gewürzmischungen speziell für süße Speisen, die „Sweet gourmet spices“ von der Herbaria Kräuterparadies GmbH aus Fischbachau. Darunter gibt es den „Dunklen Diwan“ zum Würzen von heißer Schokolade oder Kaffee oder die „Kleene Lene“ für rote Grütze und Fruchtdesserts.
- In der Kategorie **Getränke** punkteten die drei „Säfte zum Kochen“ aus dem Haus Rabenhorst, Unkel am Rhein: der Saft für pikante Gerichte, für asiatische Gerichte und für Fleischgerichte. Außerdem siegte eine spritzige Bio-Limonade, die „now Orange Cola“ von Neumarkter Lammsbräu aus Neumarkt in der Ober-Pfalz, die neben ihrem trendigen Design einen intensiven Cola-Geschmack mit einer fruchtigen Orangenote und einem Schuss Zitrone und Guarana bietet.
- In der Kategorie **Grundnahrungsmittel** gewann die Idee eines Müsli-Baukasten-Systems. Der Kunde wählt aus vier Basismüslimischungen und kann diese mit einer oder mehreren weiteren Zutaten mischen: „Mix-it! Muesli-Kit“ heißt die Produktlinie der Firma Rosengarten aus Neunkirchen.
- Wie auch im letzten Jahr wurden am Neuheitenstand viele **Convenience**-Produkte vorgestellt. Gewonnen haben in dieser Kategorie die beiden Fertigprodukte „Chicken-Curry“ und „Lamm-Curry“ von Biopolar aus Berlin.
- In der Kategorie **Back- und Süßwaren** gewann „Honigmayr BioSelection“ bestehend aus vier Bio-Honigsorten von der Honigmayr Handels-GmbH aus Tenneck, Österreich: Blüten-, Lindenblüten-, Akazien- und Waldhonig.
- In der Kategorie **Naturwaren** fielen die meisten Stimmen der Fachbesucher auf „Aries Samenbomben“ von Aries Naturprodukte aus Horstedt auf. Die acht Blumensamenbomben sollen für eine buntere Stadt sorgen. SL



Sowohl die innovativen Ideen als auch das jeweilige äußere Erscheinungsbild der Gewinnerprodukte überzeugten die Messebesucher am Neuheitenstand.

Fotos: Lehmkühler (3), Aries (1), Lammsbräu (1)