

Innovationen spiegeln die Biofachtrends 2026 wider

Neue Produkte auf der Weltleitmesse für Bioproducte vorgestellt

Vergangene Woche fand an vier Tagen die Biofach, Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel, in Nürnberg statt. Rund 2 200 ausstellende Unternehmen aus fast 90 Ländern präsentierten in neun Messehallen ihre Produktvielfalt entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Bei einem Messerundgang hat das LW nach den diesjährigen Trends und Innovationen Ausschau gehalten.

Zur Biofach werden jedes Jahr von einer Trendjury aktuelle Branchen- sowie Produkttrends ermittelt. In diesem Jahr wurden sie bezeichnet als „von cleverer Innovation bis zu ehrlicher Einfachheit“. Insgesamt konnten sechs Trends ausgemacht werden: die zwei Branchentrends „Reframing Organic“ und „Perfectly Simple“ sowie die vier Produkttrends „Colourful by nature“, „Precision meets tradition“, „Wellbeing in a bottle“ und „Oh my gut!“.

- **Reframing Organic:** Die Trendjury weist mit diesem Branchentrend darauf hin, dass zum einen die ursprünglichen Werte des Bio-Sektors beibehalten werden. Zum anderen soll Bio aus einer neuen, innovativeren Perspektive betrachten werden („neuer Rahmen“), um den Herausforderungen der Zukunft gerecht zu werden. Die Branche müsse sich weiterentwickeln, indem sie bewährte Prinzipien mit zukunftsorientierten Lösungen verbinde. Innovative Ansätze, wie KI-gestützte Landwirtschaft, Fermentation, Upcycling oder regenerative Methoden, würden dabei neue Möglichkeiten eröffnen.

- **Perfectly Simple:** Dieser Branchentrend steht für bewusste Einfachheit, Transparenz und Qualität durch wenige, sorgfältig ausgewählte Zutaten. Bio wird verbunden mit: gentechnikfrei, rein und fest verwurzelt in den Werten Gesundheit, Ökologie und Fairness. Außerdem umfasst der Trend unkomplizierte, schnelle Zubereitungsmöglichkeiten für den Alltag. Trotz des Minimalismus sind die Rezepturen innovativ.

Vier Produkttrends

- **Colourful by nature:** Natürliche Farben und kräftige Optiken sollen Genuss, Sinnlichkeit und Aufmerksamkeit steigern. Der Trend setzt auf pflanzliche Farbgebung für Produkte, zum Beispiel blaue Nussbutter oder bunte Pfannkuchen, ergänzt durch auffällige Verpackungen, die ein junges, designaffines Publikum ansprechen.

- **Precision meets tradition:** Dieser Trend beschreibt die Verbindung von traditionellen Fermentationsmethoden mit moderner Technologie. Der Ansatz nutzt bewährte Verfahren zur Haltbarmachung und Nährstoffgewinnung, ergänzt durch Präzisionsfermentation, um neue Zutaten, pflanzliche Aromen und nachhaltige Rohstoffalternativen zu entwickeln.
- **Wellbeing in a bottle:** Funktionale Getränke vereinen Gesundheit, Nährstoffe und Flüssigkeitszufuhr in praktischen, trinkbaren Lösungen. Der Trend zielt auf den Wunsch nach unkomplizierten Lösungen für das Wohlbefinden ab, wie Immun-Shots, funktionale Tees oder sättigende Getränke, oft mit Vitaminen, Probiotika oder Mineralstoffen.
- **Oh my gut!:** Dieser Trend stellt die Darmgesundheit in den Fokus. Er bezieht sich auf Bioproducte, die gezielt das Mikrobiom (die Darmflora) unterstützen und das Wohlbefinden von innen heraus fördern. Die Produkte sind mit Probiotika, Präbiotika und Ballaststoffen angereichert. Neben der gesundheitlichen Wirkung wird bei diesen Bio-

Starke internationale Beteiligung

Die diesjährige Biofach schloss nach vier Tagen mit einer starken internationalen Beteiligung von knapp 32 000 Fachbesuchern. Jeder Zweite davon reiste aus dem Ausland an. Gezeigt wurde das umfassende Angebot zertifizierter Bioproducte von rund 2 200 Ausstellern aus fast 90 Ländern. Land des Jahres war Indien.

Im Fokus der Biofach 2026 standen die Qualität der generationsübergreifenden Begegnungen und die Frage, wie Ernährungssysteme resilient und zukunftsfähig werden – im Sinne des Leitthemas „Growing Tomorrow: Young Voices, Bold Visions!“. SL

produkten viel Wert auf wenige Inhaltsstoffe und eine verständliche Deklaration gelegt.

Junge innovative Unternehmen

Produkte der „jungen innovativen Unternehmen“ wurden in Halle 9 vorgestellt. Viele davon spiegelten die aktuellen Trends der Biofach wider. Außerdem waren Nachhaltigkeit, Geschmack, Alltagserleichterung, Wohlbefinden und Gesundheit sowie „eine Lücke im Biosortiment“ oftmals die Treiber, etwas Neues auf den Biomarkt zu bringen. Unter dem Dach des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz präsentierten sich über 30 Start-ups und Unternehmen an den geförderten Gemeinschaftsständen. Die Biofach sei für sie ein gutes Sprungbrett, um ihre Bioproducte dem nationalen und internationalen Fachpublikum zu zeigen beziehungsweise durch Feedback und Aufträge eine Einschätzung zu er-



Auf der Biofach zog der Gemeinschaftsstand der jungen innovativen Unternehmen reges Interesse der Fachbesucher auf sich.
Fotos: Lehmkühler



Gordian Finger stellte drei Sorten seiner Ingwer Shocs in Tafelform vor. „Schon ein kleines Stück reicht aus für einen fruchtig-scharfen Frischekick“, so der Jungunternehmer.

halten, wie ihre Produkte ankommen, teilten sie mit. Nachfolgend werden einige der Unternehmen mit ihren innovativen Produkten vorgestellt.

Ingwer Shoc in Tafelform

Start-up-Gründer Gordian Finger stellte drei Sorten Ingwer Shoc vor, die er seit Oktober 2025 per Onlineshop auf den Markt gebracht hat. Die Idee zu den schmackhaften Täfelchen entwickelte der 24-Jährige, der sich nach seiner dualen Ausbildung zum Süßwarentechologen bei Lindt in Aachen Mitte 2025 selbstständig gemacht hat, gemeinsam mit seinem Bruder. „In Anlehnung an die derzeit sehr beliebten Ingwershots, kam uns die Idee, einen Ingwergenuss in Tafelform herauszubringen. Schon neun Monate später waren die Ingwer Shocs auf dem Markt“, berichtete der engagierte Jungunternehmer.

Die 14-g-Täfelchen gibt es in den Sorten Zitrone, Acerola-Cassis und Mango-Maracuja. „Dank der konzentrierten Intensität genügt bereits ein kleines Stück eines Fruchttäfelchens, um Körper und Geist zu erfrischen“, so Finger. Als Basis für die Ingwer Shocs verarbeitet der Lebensmitteltechnologe Kakaobutter, gefriergetrocknete Früchte, Ingwer und Zucker – alles aus kontrolliert biologischem Anbau. Auf Milchpulver verzichtet Finger. Die Shocs sind vegan.

„Würde es den Ingwer aus heimischem Anbau geben, würde ich aus nachhaltigen Gründen gerne darauf zurückgreifen. Im Moment bin ich auf den



Chewsome ist ein Start-up von drei Müttern, die eine Beikost für Kinder ab sechs Monaten entwickelten, die die Kleinen mit ihren Händen selbstständig essen können – kein Brei, ohne Löffel.

Großhandel angewiesen, über den ich pulverisierten Ingwer aus anderen Ländern beziehe“, so der Jungunternehmer.

Ein Probierset mit den drei Sorten der Ingwer Shocs, die unterschiedliche Schärfegrade aufweisen, kostet 9,95 Euro. – ingwer-shoc.de

Fingerfood für Babys

„Wir bieten die erste nicht pürierte Babynahrung als TK-Ware an, die die Kleinen schon ab sechs Monaten selbstständig mit ihren Händen essen können“, informierte Kristina Schreiner. Gemeinsam mit den beiden Müttern Julika Wagner und Nadine Koch seien sie auf der Suche nach Bio-Fingerfood für Babys auf dem Markt nicht fündig geworden. Daher hätten sie zusammen mit einer Ernährungswissenschaftlerin selbst welche entwickelt. „Unsere Chewsome-Produkte sind bio-zertifiziert, gemüsebasiert, enthalten keinen zugesetzten Zucker, keine Konservierungs- und Zusatzstoffe. Sie sind tiefgekühlt, um alle Nährstoffe zu erhalten“, so Schreiner. Die Sorten im Onlineshop: Pastinake-Kürbis-Bällchen (ab 6 Monaten), Kartoffel-Karotten-Bites (ab 12 Monaten) und Spinat-Käse-Nuggets sowie Süßkartoffel-Mais-Nuggets (ab 3 Jahren). Die Zubereitung ist möglich im Airfryer, Backofen oder in der Pfanne.

„Unsere Produkte sind auf über 200 Kontaminanten getestet“, stellten die Gründerinnen heraus. „Sie können den Alltag mit Babys und Kleinkindern einfacher machen, ohne schlechtes Gewissen, wenn mal wenig Zeit zum Kochen



„Unser Milcheis, das wir aus A2-Rohmilch herstellen, ist verträglich bei Milchintoleranz“, informierte Loreen Herrmann, Gründerin von Jersey's Honest Ice Cream.

Fotos: Lehmkuhler

ist.“ Außerdem würde der Baby-Led-Weaning-Ansatz (das Baby isst selbst) die motorischen Fähigkeiten des Kindes fördern, seine Autonomie unterstützen und zu einer besseren Hunger-Sättigungs-Regulation beitragen.

Preis: 6,99 Euro pro Packung, die laut Unternehmen für drei bis fünf Portionen ausgerichtet ist. – www.chewsomefoods.com

Milcheis aus A2-Milch

Die Leidenschaft für Eis brachte Loreen Herrmann dazu, in die Eisproduktion einzusteigen. Zunächst mit nur einer Eismaschine begonnen, die sie dem benachbarten Milchbauern abkaufen konnte, ist die Eis- sowie Zutatenherstellung in ihrem Unternehmen Honest Ice Cream nun in einer modernen, gläsernen Manufaktur in Brandenburg möglich. Hier werden unter anderem Cookies, Brownies, Karamell, Toppings und Fruchtzubereitungen für das eigene Eis sowie für Gastronomien, Cafés und Handel hergestellt. „Da mir Regionalität wichtig ist, lege ich Wert auf die Herkunft aller Zutaten. Ich arbeite mit rund zehn Landwirten aus der Region zusammen, von denen wir ausgewählte Rohstoffe erhalten. Für unser Milcheis verwenden wir beispielsweise Jersey A2-Rohmilch von einem Hof, der nur eine halbe Stunde entfernt von uns liegt. A2-Milch ist verträglich bei Milchintoleranz. Außerdem wird das Eis damit schön cremig, denn der Fettgehalt liegt bei sechs Prozent“, so Herrmann. Die Fruchtsorbets würden aus mindestens

50 Prozent Frucht bestehen. Für ihre Eissorten würden keine Aromen, Farbstoffe oder „sonstiger Firelanz“ verwendet, sagte die Geschäftsführerin.

Das Unternehmen bietet 14 verschiedene Becher-Sorten an. Preis: 5,99 Euro (460 ml). Außerdem besteht die Möglichkeit zur Lohnproduktion – von der kleinen Spezialserie bis zu größeren Chargen. Seit letztem Jahr ist das Unternehmen als Mischproduktion bio-zertifiziert. – www.honest-ice-cream.com und www.urstrom-jerseys.de

Flaschen und Gläser im Mehrwegsystem

Neben Mehrwegflaschen für Öle, Sirupe oder Essig bietet das Unternehmen dotch aus Berlin bald auch Mehrweggläser (370 ml) für Konserven, Saucen oder Antipasti an, die ebenso wie die Flaschen rückgabefähig am Pfandautomaten in Biomärkten sind. „Pünktlich zur Biofach sind die ersten Mehrweggläser fertig geworden. Sie kommen im vierten Quartal 2026 auf den Markt“, informierte Michael Kaiser-Gaßen. Für kommendes Jahr stellte er Mehrweggläser mit den Füllmengen 580 und 720 ml in Aussicht.

Das Unternehmen verstehe Mehrweg als Full-Service-Dienstleistung. „Neben der prozessualen Unterstützung bei der Umstellung auf Mehrweg und der individuellen Kalkulation vom CO₂-Einsparpotenzial, erhalten die Produzenten von uns die Mehrwegbehältnisse zum Befüllen. Die Konsumenten geben die leeren Pfand-Behältnisse in die Rückgabe. Sie werden gesammelt, bei uns gereinigt und an die Hersteller zurückgeführt, um erneut befüllt zu werden“, informierte Kaiser-Gaßen. Die Poolgebinde würden ab dem ersten Umlauf im Vergleich zu Einweg Emissionen einsparen. Sie seien

zertifiziert für bis zu 50 Umläufe. Bei den Mehrwegflaschen beginne die Auslieferungsmenge ab 1 400 Stück, bei den Gläsern spricht das Unternehmen von „ab Palette“. Preis: 42,5 Cent/Flasche. – www.dotch.de

Nährstoffreiches Aufbrüh-Gericht

Mit dem „einpott“ bringt pack&satt vegane Bio-Gerichte auf den Markt, die sich in nur fünf Minuten mit heißem Wasser zubereiten lassen. „Entwickelt für alle, die im Büro, auf Reisen oder unterwegs nicht auf gesundes, leckeres Essen verzichten wollen“, informierte Stefan Voigt. Das nährstoffreiche „Soulfood“ mache satt, aber nicht müde. „Unsere drei einpott-Produkte sind bio, vegan und verpackt in 100 Prozent Papier. Das Papier, das wir von der Firma Koehler Paper beziehen, ist recycelbar“, so Co-Gründer Voigt.

Es gibt drei einpott-Sorten, alle mit circa 20 g pflanzlichem Protein pro Portion: Tomate Linse, Curry Linse und Rote Bete Kartoffel. Preis pro Portion (350 g) im Onlineshop: 4,90 Euro.

Für ihre Bio-Bowls „einpott“ gewann das Unternehmen im Verantwortungseigentum den Biofach Start-up Award 2026. Damit setzte sich das junge Unternehmen an die Spitze auf der sogenannten „Innovation Stage“ der Biofach. Hier hatten 31 Start-ups, kreative Unternehmen und Innovatoren ihre Neuheiten in Pitch-Formaten präsentiert. – packundsatt.de

Spritzige Aperitivos

Unter den drei Finalisten bei den Pitchs zum Start-up Award der Biofach



Über dotch, das Mehrwegsystem für Glasverpackungen, informierte Michael Kaiser-Gaßen. Ganz neu zur Biofach präsentierte er Mehrwegkonservengläser des Unternehmens, die dieses Jahr rauskommen.

waren auch die Dein Kakao GmbH aus Neuleiningen und die Aperitivo Kollektiv GmbH aus Bruckmühl mit dem Bio-Aperitivo „Sankt Sprizz“. Dessen Gründer und Geschäftsführer Johannes Schubert stellte vor: „Sankt Sprizz verbindet das Gefühl eines mediterranen Moments mit der Klarheit bayerischer Herkunft. Unser Ziel ist es, mit den Aperitivos Luxus und Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen. Ein Drink in Bioqualität, der gut schmeckt und sich gut anfühlt.“

Es gibt drei Sorten von Sankt Sprizz in Einwegflaschen: Senza ohne Alkohol (mit „0,0 % Vol.“ ausgelobt), Light (1,0 % Vol.) und Classic (5,0 % Vol.). „Ob entalkoholisierte Wein,



„Bio-Mittagessen mit 20 g Protein, in 5 Minuten fertig“, so beschreibt das junge Unternehmen pack&satt UG die drei Sorten ihrer einpott-Gerichte. „Tüte auf, in ein Gefäß schütten, mit heißem Wasser umrühren, kurz quellen lassen und fertig zum Genuss“, beschrieb Co-Gründer Stefan Voigt (li.) am Messestand die schnelle Zubereitung. Für ihre veganen Bio-Bowls „einpott“ gewann das Unternehmen den Biofach Start-up Award 2026.



„Mit Sankt Sprizz verkaufe ich keine Getränke. Ich verkaufe einen Moment. Der gemeinsame Genussmoment, der niemanden ausschließt“, so Geschäftsführer Johannes Schubert über seine Aperitivos.



Manuel Siskowski von Verrano stellte Sellerie, Rote Bete und Steckrüben als besondere Gemüse-Auf schnitte vor. „Das Herstellungsverfahren ähnelt dem des geräucherten Schinkens“, sagte er.

Traubensaft oder Mostkonzentrat – wir nutzen handwerkliche Produkte, die Frische, Tiefe und natürliche Balance in jedes Glas bringen“, so Schubert. Das Unternehmen arbeite mit deutschen Bio-Winzen zusammen und setze neben den Bio-Trauben nur echte Bio-Kräuter und Botanicals für die Aromatik der Aperitivos ein.

Preis: 3,49 Euro/Flasche, im 3er-Mix-Bundle: 9,99 Euro (UVP). Mehr siehe Onlineshop. – sanktsprizz.de

Gemüse-Auf schnitt in verschiedenen Reifegraden

Ein besonderes Geschmackserlebnis versprach Manuel Siskowski vom Start-up Verrano aus Frankfurt am Main. Er bot würzige Gemüse-Auf schnitte auf Brot an und erklärte: „Verrano ist ge reiftes und geräuchertes Wurzelgemüse. Innerhalb von fünf Wochen reifen bei uns Steckrübe, Rote Bete und Sellerie zu einem neuen Geschmackserlebnis. Das Verfahren kann man sich so vorstellen wie beim geräucherten Schinken.“

Das Wurzelgemüse wird am Stück, dünn aufgeschnitten oder gewürfelt angeboten. Sellerie gibt es auch in einem extra reifen Zustand „zum Hobeln und zum Reiben als besonderes Topping eines Gerichtes“, so Siskowski. Verrano am Stück halte zehn Monate, als dünner Auf schnitt abgepackt acht Wochen.

Interessierte können Verrano über Knuspr bestellen, in ausgewählten regionalen Gastronomiebetrieben pro-



„Gemüse im Kuchen und man schmeckt es nicht“, informierte Isabelle Forster von Better Cakez über ihre saftigen Kuchen im Glas. Sie sind vegan, glutenfrei, ohne Industriezucker und Konservierungsstoffe.



„Unser Motto bei Sens ist: maximales Protein, minimale Kompromisse. Neu zur Biofach sind unsere drei Sorten Proteinriegel mit Grillenmehl. Sie schmecken fruchtig-schokoladig“, stellte Radek Husek vor.

bieren sowie Kontakt mit dem Start-up aufnehmen.

Preis für Verrano-Auf schnitt (80 g): 3,49 Euro (UVP). – www.verrano.de

Gemüse im veganen und glutenfreien Kuchen

Die Idee, kleine Kuchen mit bis zu 30 Prozent Gemüse herzustellen, sei aus gesundheitlichen Gründen entstanden, berichtete Isabelle Forster von Better Cakez aus Köln. Aufgrund ihrer Gluten- und Laktoseunverträglichkeit suchte sie nach einer schmackhaften und gesunden Kuchenalternative. In eigener Bäckerei entwickelte sie Rezepturen für kleine Kuchen im Schraubglas – mit bis zu 30 Prozent Gemüse, glutenfrei und ohne Industriezucker hergestellt.

Better Cakez gibt es in den drei Sorten Chocolate Fudgy Cake, Peanutbutter Brownie und Raspberry Fudgy Cake. Je nach Sorte enthalten sie Kürbis, Zucchini oder Rote Bete. Jedes Glas ist mit einer biologisch abbaubaren Holzgabel ausgestattet, „zum Snacken to go“, so Forster.

Preis (je 105 g) im Onlineshop: 3,49 Euro (UVP). – bettercakez.com

Proteinriegel mit Grillenmehl

Das Unternehmen Sens präsentierte drei neue Proteinriegel mit Grillenmehl: die „Feel good Protein bars“ – dunkle Schokolade & Orange, dunkle Schokolade & Sauerkirschen und Ana-

nas & Kokosnuss. Die Riegel werden ohne künstliche Aromen hergestellt und mit Zichorienfasern gesüßt. Sie enthalten, je nach Sorte, 10 bis 13 Prozent Grillenmehl (*Acheta domesticus*).

„Grillen kann man zurzeit noch nicht biozertifizieren. Alle restlichen Zutaten in den Riegeln sind bio“, informierte Radek Husek, der das Unternehmen mit Sitz in Berlin zusammen mit Daniel Vach vor zehn Jahren gründete. Nach eigenen Angaben ist Sens die führende Marke für essbare Insekten in Europa. „Unser Mitinhaber ist der Weltklasse-Kletterer Adam Ondra. Er hat einige Produkte mitentwickelt und steht mit seinem Namen für unsere Produkte“, sagte Husek. Die nachhaltigen und nährstoffreichen Proteinriegel würden daher als Sportlersnack insbesondere gut in Kletterhallen und bei Sportevents ankommen. „Die Verpackung ist zu 100 Prozent recycelbar“, so Husek.

Das Portfolio von Sens reicht von knusprigen Snackinsekten und Frühstücksprodukten mit Grillenprotein über Grillenproteinpulver, Pasta (mit 33 Prozent Grillenmehl), Proteinchips, Cricket Jerkey bis zu den Proteinriegeln mit Grillenmehl.

Preis pro Riegel (40 g) im Onlineshop: 2,49 Euro. – eatsens.com/de

Erbsenprotein aus eigenem Saatgut

Das Berliner Food-Tech-Unternehmen vly stellte zwei neue Bioprodukte vor: „Bio Barista“ und „Bio High Prote-



„Aus einer neuen Erbsenzüchtung und dem daraus gewonnenen Erbsenprotein stellen wir zwei Bio-Milchalternativen her: vly Bio Barista und vly Bio High Protein“, sagte vly-Geschäftsführer Nicolas Hartmann.

in“ auf Basis von Erbsenprotein. „Für unsere Bio-Milchalternativen sind wir eine Kooperation mit dem Pflanzenzüchtungsunternehmen KWS eingegangen. Das Ergebnis: eine auf Geschmack optimierte Bio-Erbse, die neutral und mild schmeckt. Das daraus gewonnene Erbsenprotein kommt in unseren neuen Bioprodukten zum Einsatz“, so die vly-Gründer und Geschäftsführer Nicolas Hartmann und Moritz Braunwarth. „Beide Produkte sind von Natur aus frei von Laktose, Gluten, Soja und Nuss.“

„Bio-Barista“ sei speziell für Kaffee- und Heißgetränke entwickelt worden, informierte vly-Mitarbeiterin Lilith. „Sie lässt sich optimal schäumen, ist sehr cremig, flockt nicht aus und ist 40 Prozent weniger süß als andere Bio-Barista-Drinks. Unsere vly High Protein enthält 40 g Protein und ist geeignet für Shakes, Müslis, Bowles oder wird pur genossen.“ Die vly-Produkte sind online sowie im stationären (Bio-) Handel erhältlich.

Preis der Drinks mit Erbsenprotein: 2,49 Euro/l. – www.vlyfoods.com

Knäckebrot und Cracker mit gerettetem Biogemüse

Das Start-up von Paola Varela Perez begann als Projekt an der Universität Hohenheim. Sie wollte gesunde Snacks mit von Landwirten ausrangiertem Gemüse herstellen. Das Ergebnis nannte sie ‚Holiroots‘: Knäckebrote und Cracker, die über 30 Prozent frisches Gemüse enthalten. „Wir integrieren aus-



„Für die Holiroots-Crackers verwenden wir unter anderem gerettetes Gemüse und tragen damit zur Vermeidung von Lebensmittelverlusten bei“, berichtete Paola Varela Perez aus Remshalden.

sortiertes und Sidestream-Gemüse in unsere Produkte“, so Perez. „Uns ist wichtig, gemeinsam mit den Landwirten etwas gegen Lebensmittelverlust zu tun. Das gerettete Gemüse bekommt bei uns einen fairen Wert. Nachhaltigkeit funktioniert nur, wenn alle Beteiligten wirtschaftlich gesund bleiben“, so Perez Überzeugung.

Sie stellte je drei Sorten Knäckebrot (unter anderem mit Lauch, mit Karotten oder mit Roter Bete) sowie Cracker (Rote Bete, Pastinaken, Süßkartoffeln) vor, „alle mit Nutri-Score A“.

Preise für die Knäckebrote: 3,80 Euro/150 g; Crackers: 2,80/90 g. – www.holiroots.com

Fruchtige Snacks für ein gutes Bauchgefühl

Katrin Völcker, Marketing Director bei der Solinest Deutschland GmbH, Bonn, informierte über zwei neue Fruchtriegel der Snack-Marke von Na! Nature Addicts, „die das Präbiotikum Chicorée-Inulin enthalten. Diese fördern das Wachstum einer gesunden Darmflora und unterstützen die Verdauung“, sagte sie. Ein Riegel würde ein Viertel des Tagesbedarfs an Ballaststoffen decken (> 7 g pro Riegel). Zucker werde nicht zusätzlich zugesetzt. „Pro Riegel sind es 100 kcal“, so Völcker. „Die Frubiotics sind vegan.“ Am Messestand zeigte sie die beiden Frubiotic-Sorten mit Mango/Passionsfrucht sowie mit Blaubeere.

Die Fruchtriegel sollen ab März im stationären Handel erhältlich sein.



Katrin Völcker informierte über zwei neue Fruchtriegel. „Unsere Frubiotic-Riegel enthalten das Präbiotikum Chicorée-Inulin. Diese fördern das Wachstum einer gesunden Darmflora“, sagte sie. Fotos: Lehmkühler

Preis (UVP): 1,69 Euro/Riegel (32 g).
– na-natureaddicts.com/de

Termin vormerken: Die nächste Biofach in Nürnberg findet vom 16. bis 19. Februar 2027 statt. SL

Best New Product Awards 2026

Die Bio-Community konnte vor Ort am Neuheitenstand für ihr Lieblingsprodukt in zwölf Kategorien abstimmen. Unter den 480 Produkten gab es in diesem Jahr folgende Gewinner zum „Best New Product Award Biofach“:

- Frischeprodukte: Hermann Bio – Hermann Bio Fungi Pad Mare Complete Organics / Mediterranes Kimchi
- Tiefkühlprodukte: followfood GmbH – Figo Himbeere Vanille Stiel-Eis
- Trockenprodukte, Kochen und Backen: Biovegan GmbH – Meine vegane Jägersauce Genusskoarl GmbH / Bio-Shiitake Miso
- Trockenprodukte, Snacks und Süßigkeiten: Biostyle Ltd. – Amore bio Low Carb Himbeerriegel
- Weitere Trockenprodukte: Belun Organics Ltd – Blauer Samt Nussbutter
- Getränke: Biovegan GmbH – Real Meal Berry
- Non-Food: Geschützte Werkstätten GmbH – Kombimühle Kornifea K1 400W
- Roh-, Zusatz-, Hilfsstoffe: Progress Biotech – DHA rich organic algae oil (40S-IF & 50W)
- Naturkosmetik: forpeople skincare – Pechsalbe
- Drogerieartikel: sodasan Wasch- und Reinigungsmittel GmbH – Seife Love
- Medien und Dienstleister: sykell GmbH – Prefill
- Technik und Ausstattung: Treffler Maschinenbau GmbH & Co KG – Mühlomat