

Hochwertige und aromatische Backwaren begeistern Kunden

Meyermühle rechnet mit kontinuierlichem Wachstum des Bio-Marktes

Die Meyermühle in Landshut ist seit 25 Jahren mit Bio-Mehlen am Markt präsent und gehört zu den ersten Ausstellern der Biofach, die zum 20. Mal stattgefunden hat. Wir sprachen mit Michael Hiestand, bei der Meyermühle zuständig für Produktentwicklung und Vermarktung, über die Entwicklung des Bio-Markts.

■ **ABZ:** Wie ist die Biofach für die Meyermühle gelaufen?

■ **Michael Hiestand:** Für uns ist die Biofach rundum positiv gelaufen. Es zeigte sich, dass wir mit unserer Qualitäts- und Sicherheitsoffensive auf dem richtigen Weg sind. Besonders freute mich die überaus hohe Zufriedenheit unserer Kunden mit unserer konstant hohen Mehlnqualität. Auffällig war, dass die Ansprüche an die Bio-Sicherheit deutlich gestiegen sind. Besonders größere Mehlerarbeiter haben erkannt, dass der, der Bio produziert, mehr im Rampenlicht steht als konventionelle Verarbeiter. Wir können diese erhöhte Sensibilität nur befürworten und empfehlen den Bäckern, genau hinzuschauen und von ihren Lieferanten ausführliche Analysen einzufordern. So lassen wir bei uns jede eingehende Getreidepartie auf über 240 Rückstände wie z. B. Pestizide, Lagerschutzmittel und Mycotoxin untersuchen.

„Der Mehrwert muss auch kommuniziert werden“

■ Hat Bio nach wie vor Konjunktur oder ist eine Abschwächung des Trends festzustellen?

■ **Hiestand:** Der Bio-Markt entwickelt sich weiter positiv, dies zeigen auch die aktuellen Marktdaten. Allerdings können die Wachstumsraten der Boomjahre nicht gehalten werden. Sorge auf dem Bio-Backwarenmarkt bereitet uns eine gewisse Verlagerung vom handwerklichen Bäcker zum Handel und zu den Discountern. Während bei jedem gut sortierten Supermarkt und zwischenzeitlich auch beim Discount Bio-Backwaren zum Standard gehören, verpassen viele Bäcker diesen anhaltenden Markttrend.

Diese Entwicklung zeigt zum einen, wie notwendig es ist, die Verfügbarkeit von Bio-Backwaren beim Bäcker zu erhöhen, zum anderen, dass handwerklich orientierte Bäcker sich im Bio-Brotmarkt noch deutlicher positionieren müssen. Deshalb emp-

fehlen wir unseren Bäckern, sich im Bio-Backwarenmarkt mit Premium-Bio abzuheben. Die Vorteile liegen auf der Hand: Durch die Verbände wie Naturland oder Bioland ergibt sich ein höheres Richtlinienniveau und eine regionale, transparente Herkunft des Getreides geben dem Konsumenten Sicherheit.

Natürlich funktioniert dies nur, wenn der Mehrwert auch kommuniziert wird. Hierbei unterstützen wir unsere Bäcker mit Verkaufsschulungen und Infomaterialien.

■ Was sind die Gründe für das etwas gebremste Wachstum?

■ **Hiestand:** Das starke Wachstum im Biomarkt brachte auch Probleme mit sich. Die knappe Ernte 2007 und eine hohe Nachfrage führten zu enormen Preissteigerungen im Bio-Rohstoffbereich, was sich auch bei den Bio-Backwaren niederschlug. Trotz der Wirtschaftskrise gehen Fachleute davon aus, dass der Markt für gute LM und insbesondere für Bio-Produkte weiter wachsen wird. So belegen nach einer aktuellen Trendumfrage des Fachmagazins „Lebensmittel Praxis“ Bio-Produkte den Platz 1 bei der Frage „Welche Warengruppen können 2009 mit Umsatz-

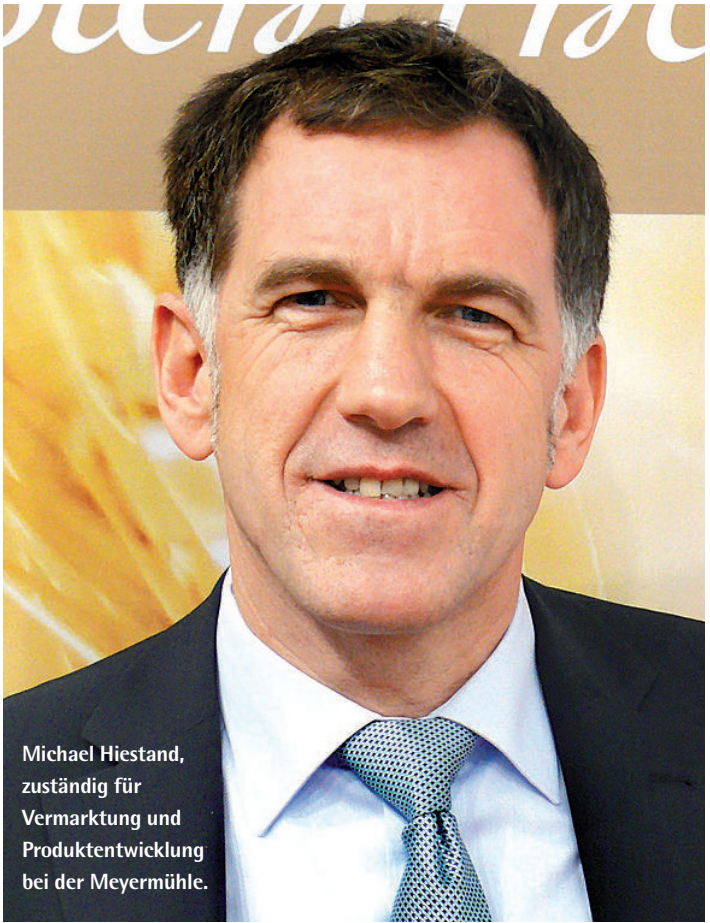
wachstum rechnen“. Wir gehen davon aus, dass sich das Wachstum im Bio-Bereich, wenn auch etwas geschwächt, kontinuierlich fortsetzt.

■ Welche Trends sind im Bio-Segment auszumachen?

■ **Hiestand:** Der Trend geht eindeutig zu qualitativ hochwertigen und aromatischen Backwaren. Besonders Backwaren aus Auszugsmehl sind auf dem Vormarsch. Immer mehr Bäcker setzen auf lange, gekühlte Führungen. Gerade für diese Führungen benötigen die Bäcker ein besonders hochwertiges Bio-Mehl. Dies bestätigt auch der Run auf unser kleberstarkes Bio-Spezialmehl, welches einen Kleberwert von über 28 Prozent erreicht und somit genügend Glutenreserven für lange Führungen bietet.

■ Mit welchen Produkten können Biobäcker punkten?

■ **Hiestand:** Hier ist unsere Empfehlung, individuelle und unverwechselbare Produkte herzustellen. Gerade durch den Verzicht auch künstliche Backhilfsmittel muss der Bäcker wieder auf traditionellere Herstellungsverfahren zurückgreifen. Die Zutaten „Zeit und Sorgfalt“ kommen wieder stärker ins Spiel und dies wirkt sich positiv auf den eigenen Charakter der Backwaren und deren Vermarktung aus. (wo)



Michael Hiestand,
zuständig für
Vermarktung und
Produktentwicklung
bei der Meyermühle.