



Die Marke Kamut steht für eine alte Getreidesorte aus den USA. Vor allem die Pizzen aus dem ernährungsphysiologisch wertvollen Rohstoff kamen an.



Benjamin Profanter, Landesinnungsmeister von Südtirol, präsentierte auf der Biofach seine Schüttelbrotkreationen.



Nicole und Siegfried Stocker (Hopffisterei) freuen sich über die Auszeichnung mit dem Siegel „Naturland fair“.



Mit dem Esener bedient die Bäckerei Härdtner die Trends Gesundheit und Genuss, zeigt sich Keimlingsexperte Wolfgang Wiesner von Owisan (li.) überzeugt.



Joachim Weckmann (Märkische Landbäckerei) freut sich mit Nicole Stocker und Michael Hiestand über ihre Zertifizierung „Naturland fair“ (von links).



Am Stand des Anbauverbands Biokreis treffen sich schon traditionell Bio-Bäcker und Experten der Bio-Branche zum kollegialen Austausch. Fotos: Wolf

Bio bietet weiter Potenzial

Biofach mit 2500 Ausstellern und 44.000 Besuchern / Kernthema Nachhaltigkeit

NÜRNBERG (wo). Auch wenn die Zeiten des rasanten Wachstums vorbei sind, Bio hat nach wie vor Konjunktur und Potenzial. Vor allem die aktuellen Verbrauchertrends Nachhaltigkeit, Gesundheit, Genuss und Regionalität spielen der Branche in die Karten. Das war auch auf der Biofach 2011 in Nürnberg deutlich zu spüren. Davon konnten sich auch 2500 Aussteller aus 86 Ländern und rund 44.000 Besucher an vier Messetagen ein Bild machen. „Die gute Stimmung im globalen Bio-Markt war auf dem Messegelände deutlich zu spüren“, fasste Claus Rättich, Mitglied der Geschäftsleitung der Nürnberg Messe seine Eindrücke zusammen.

Bio – regional – saisonal

Auch Bundeslandwirtschaftsministerin Ilse Aigner hatte anlässlich ihres Besuches ein paar warme Worte für den ökologisch orientierten Wirtschaftssektor: Sie rechne mit steigenden Umsätzen in der Bio-Branche. „Wir sehen, dass die Verbraucher zunehmend mehr regionale und saisonale Produkte kaufen“, begründet sie ihre Einschätzung. Dass „regional“ und „saisonal“ nicht gleich Bio ist, verdeutlicht dabei nur ihre Distanz zur Bio-Branche. Was nicht verwerflich, aber – mit Blick auf rückläufige Förderung des Bio-Landbaus – problematisch ist. Diese Politik wurde am Rande der Messe vielfach kritisiert, zumal darauf auch zurück-

zuführen sei, dass die Landwirtschaft nicht mit der zunehmenden Nachfrage Schritt halten kann. Die Folge: Der Bedarf muss in manchen Warengruppen verstärkt aus dem Ausland befriedigt werden. Ob das nun mit „bio“ und „regional“ vereinbar ist, sei dahingestellt.

Insgesamt ist der Bio-Markt im Jahr 2010 um bescheidene zwei Prozent auf 5,9 Milliarden Euro Umsatz gestiegen. Der Bio-Anteil am gesamten Lebensmittelmarkt liegt bei vier Prozent und stagniert. Zuwächse hat vor allem der Naturkostgroßhandel zu verzeichnen. Hier stieg der Umsatz um 10 Prozent. Und der Dioxinskandal Anfang des Jahres habe sogar zu 20 Prozent Zuwachs geführt. Im Bio-Einzelhandel schlug der Skandal mit 15 Prozent Plus zu Buche. „Der Lebensmitteleinkauf ist immer mehr eine Vertrauensfrage“, so die Erklärung von Dr. Anke Zühlendorf, Geschäftsführerin der Agrifood Consulting GmbH, gegenüber dem Pressedienst Agra-Europ.

Potenzial bei Backwaren

Und wie sieht's in der Backbranche aus? „Der Bio-Markt ist noch nicht ausgereizt, aber das stürmische Wachstum ist vorbei“, so die Einschätzung von Siegfried Stocker, Chef der Hopffisterei. Auffällig sei aber, dass vor allem Bäcker mit halbherzigen Bio-Konzepten sich aus dem Markt zurückgezogen hätten, hat Nicole Stocker beob-

achtet. Insgesamt ziehe das Geschäft mit Bio-Backwaren wieder an. Was die Hopffisterei betrifft, könne man von stetigem und nachhaltigem Wachstum sprechen. „Und der Dioxinskandal hat für einen kleinen Schub gesorgt“, ergänzt ihr Vater. Und wie zur Bestätigung seiner Aussage war der Stand des Bio-Bäckers auf der Biofach häufig stark belagert.

Nachhaltig erfolgreich

Michael Hiestand, neuer Geschäftsführer der Landshuter Meyermühle, sieht die Situation am Bio-Backwarenmarkt wie die Stockers. Auch die Meyermühle legt stetig zu und sieht sich in ihrer konsequent ökologisch ausgerichteten Geschäftspolitik bestätigt. „Wir werden diesen Weg weiter konsequent verfolgen und unsere Qualitätsarbeit zusammen mit unseren Partnern aus Landwirtschaft und dem Bäckerhandwerk weiterentwickeln“, so seine Marschroute.

Übrigens: Als Anerkennung ihres nachhaltig erfolgreichen Wirtschaftens wurden unter anderem die Partner Meyermühle und Hopffisterei auf der Biofach jeweils mit dem Prüfsiegel „Naturland fair“ zertifiziert. Eine Auszeichnung, die eben die Nachhaltigkeit und den fairen Umgang mit Vertragspartner und Mitarbeitern honoriert. Nach dem Motto: Bio ist mehr als die Einhaltung der EU-Richtlinien – was eigentlich auch die Kernbotschaft der Biofach war.