

Messe Magazin

DAS OFFIZIELLE MAGAZIN DER BIOMESSEN

ReformWelt
Fachmesse für
Reformwaren

10.09.23
BioSüd
AUGSBURG

Bio
Gastro

17.09.23
BioNord
HAMBURG

NORD

bio

SÜD

bio

MESSE
NEUHEITEN
ENTDECKEN

BIOMESSEN »Den Handel konsequent erreichen«
BIO-FACHHANDEL Preiswerbung – Muss oder No-Go?
BIO-LANDWIRTSCHAFT Vegan im Fokus

WIR SIND ÖKO. WIR SIND ZUKUNFT.



40 JAHRE
Naturland

Wir für eine öko-faire Landwirtschaft



Besuchen Sie uns auf
der BioSüd und BioNord:

BioSüd

10.09.2023 in Augsburg
Halle 5, Stand 5-B02

BioNord NEUER STANDORT

17.09.2023 in Hamburg
Halle B5, Stand B5-A09

Naturland ist Öko fürs WIR. Wir statt Ich. Wir wollen dazu beitragen, anders zusammenzuleben. Wir möchten auf gute Art miteinander wirtschaften und die Gesellschaft gemeinsam zum Besseren verändern. Wertschätzende Beziehungen und lebendige Verbindungen zwischen Erzeugern, Verarbeitern und Verbrauchern sind für uns essentiell. All das ist klar erkennbar an einem der bekanntesten Zeichen im Öko-Bereich: dem Naturland Zeichen.
naturland-zeichen.de



AGRANO



**GLÄSERNE
MOLKEREI**



LaSelva
AZIENDA BIOAGRICOLA DAL 1930



Menschen nachhaltig erreichen

Als wir gerade dabei waren, dieses Messe-Magazin druckfertig zu machen, kam noch die Nachricht: Die **BioMessen** sind **nominiert für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis**. Wir freuen uns sehr darüber!

Nachhaltigkeit war von Anfang an ein **Grundwert der Bio-Branche**, lange bevor der Begriff in der Gesellschaft geläufig wurde. Die BioMessen sind aus der Bio-Branche entstanden, und genau wie bei einem Bio-Lebensmittel vieles anders ist, machen wir auch vieles **anders als »konventionelle« Veranstaltungen**: Das fängt bei der konsequenten **Klimakompensation** an, die wir schon **2014** als erste deutsche Fachmesse begonnen haben, und zieht sich durch über das Bündeln von Transporten bis hin zu Details wie dem Wiederverwenden von Teppichfliesen.

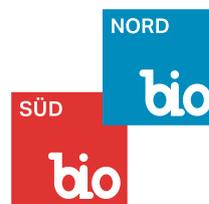
Der wesentliche Sinn nachhaltigen Handelns liegt darin, **Zukunft zu ermöglichen**. Und die Frage nach der Zukunft bewegt uns wohl alle momentan: Wie können wir heute und in Zukunft **Menschen erreichen**? Wie begeistern wir für unsere **Werte und Ziele**? Wie überzeugen wir Menschen davon, dass der **Bio-Fachhandel die beste Einkaufsquelle für ökologisch erzeugte Lebensmittel** ist? Wie wir uns für die Zukunft aufstellen, wie wir über das Verkaufen hinaus **mit der Gesellschaft kommunizieren**, das ist das Grundthema, das in den Beiträgen dieses MesseMagazins immer präsent ist.

Apropos kommunizieren: Das kann man ganz hervorragend auf den BioMessen, **persönlich und direkt**. Besuchen Sie uns in **Augsburg** und/oder am **neuen Stand-**

ort Hamburg, probieren Sie Neues und reden Sie mit den Menschen, die es entwickelt haben, besuchen Sie **Diskussionen und Vorträge** und vor allem: **Kommen Sie ins Gespräch** mit den Menschen an den Ständen und in den Gängen.

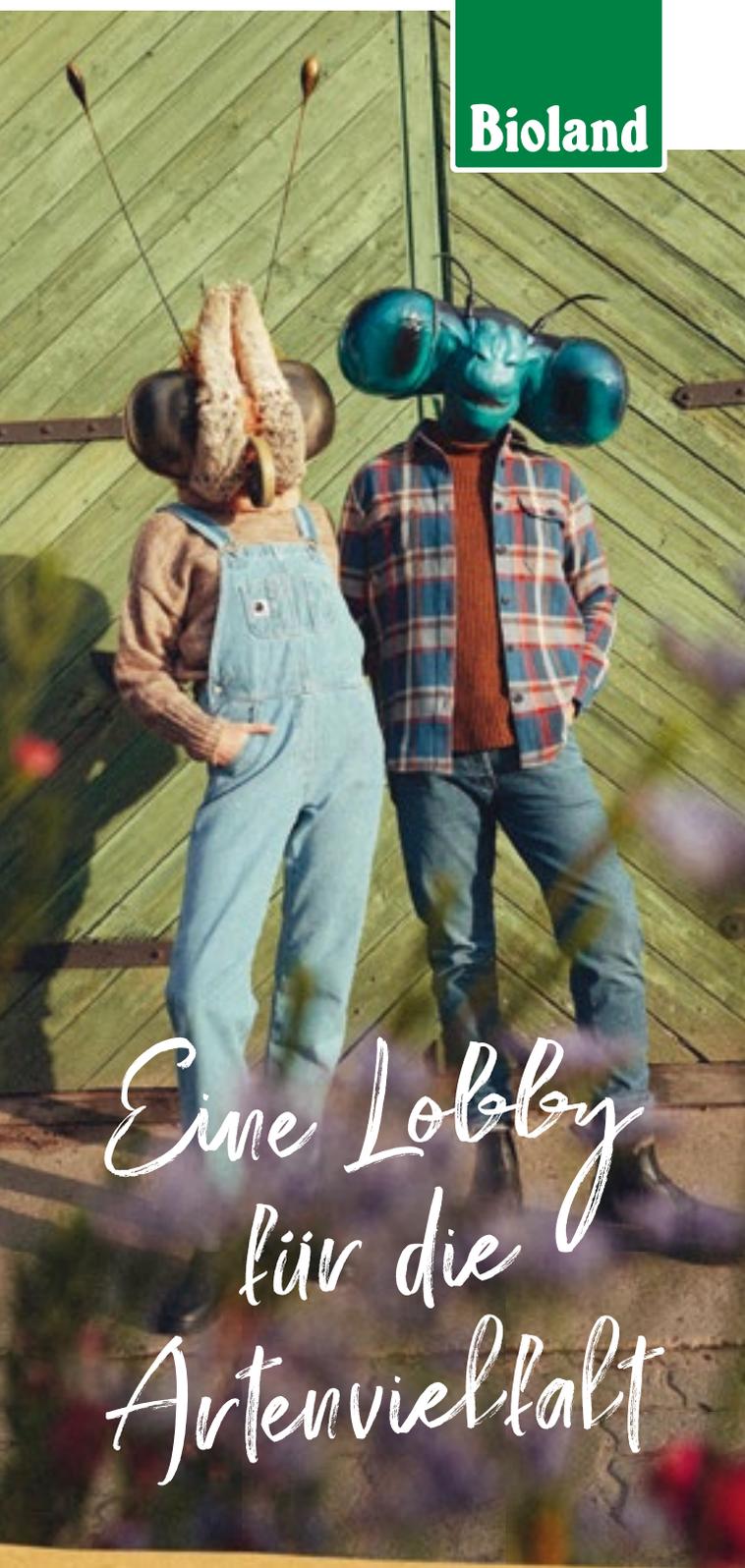
Das Team der BioMessen freut sich darauf, Sie in Augsburg und/oder Hamburg zu sehen!

Bis dahin herzlichst
Jeanine Tovar



Inhalt

4	Grüße aus Bio-Branche und Politik	18	Bio-Gastronomie »Mehr Bio in Außer-Haus- Verpflegung und Gastronomie«	36	Ausstellendenverzeichnisse BioNord/BioSüd
8	BioMessen »Konstant den Handel erreichen« Interview mit den Veranstaltern M. Deppe und W. Müller	22	Klaus Braun Umsatzentwicklung im Bio-Fach- handel – Trendwende in Sicht?	42	ReformWelt Nur starke Gemeinschaften (Ver- bünde) überleben im Kapitalismus
12	Veranstaltungen	24	Landwirtschaft ohne Tiere Geht das überhaupt?	44	Messeneuheiten Produktvorstellungen
13	Machermarktplatz	30	Nachgefragt bei den Verbänden Vegane Landwirtschaft	48	Bio-Branche Wer was macht
14	Politik und Verbände Wer was macht	32	Infos zum Messebesuch BioNord/BioSüd	50	Bio zwischen Preis und Wert Preiswerbung für Bio-Produkte: <i>Muss oder No-Go?</i>
16	BNN Deregulierung Gentechnikrecht: Die Risiken für die Bio-Branche	34	Anfahrt BioNord/BioSüd	54	Impressum/Termine 2024



Bioland

Eine Lobby
für die
Artenvielfalt

**Besuchen Sie
Bioland & Partner
auf BioNord (B5-B09)
und BioSüd (Halle 7 M14)**

bioland.de

GRUSSWORTE



Bayern steht ganz klar hinter Bio! Denn wer bewusst bayerische Bioprodukte kauft, bekommt nicht nur erstklassige Qualität, er trägt auch zum Klima- und Umweltschutz bei. Regionale Produkte haben den kürzeren Weg und sie sind einfach frischer. Deshalb setzen wir auf das Bayerische Bio-Siegel. Wir unterstützen die Zeichennutzer und Erzeuger und stärken die Nachfrage seitens der Verbraucherinnen und Verbraucher durch viele Maßnahmen in der Absatzförderung.

Denn trotz gestiegener Preise landen bioregionale Nahrungsmittel weiterhin verstärkt im Einkaufswagen – wir sehen also einen positiven Trend, der Mut macht.

Für mehr »Bio aus Bayern« braucht es aber nicht nur die Nachfrage, sondern auch eine starke und vernetzte Bio-Branche. Deshalb unterstützen wir den Austausch zwischen den bayerischen Akteuren. Dafür sind Messen wie die BioSüd da.

Liebe Ausstellerinnen und Aussteller, liebe Besucherinnen und Besucher, lassen Sie uns die BioSüd gemeinsam nutzen für gewinnbringende Kontakte und eine noch stärkere bayerische Bio-Branche!

MICHAELA KANIBER

Bayerische Staatsministerin

für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten



Die Stadt Hamburg fördert den ökologischen Landbau, weil die ökologische Landwirtschaft unsere Ernährung zukunftsfähig macht, sie für mehr Artenvielfalt sorgt und zum Schutz von Wasser, Böden und Klima beiträgt. Aufgabe der Politik ist es, die Hamburger Agrarwirtschaft bei der Umstellung zu unterstützen und Absatzmöglichkeiten aufzuzeigen.

Die BioNord ist eine sehr wichtige Plattform für die Bio-Branche und ihr Standortwechsel für Hamburg ein großer Gewinn. Insbesondere mit Blick auf die Hamburger Erzeuger und Verarbeiter werden das Wachstumspotenzial des Bio-Marktes und die Entwicklungsmöglichkeiten für den ökologischen Landbau in Hamburg unterstrichen. Ich bin daher sehr froh und dankbar, dass die BioNord ab diesem Jahr in Hamburg stattfindet.

JENS KERSTAN

Senator für Umwelt, Klima, Energie und Agrarwirtschaft
Freie und Hansestadt Hamburg



BESUCHT UNS AUF DER
BIOSÜD, HALLE 5, STAND 5-E09
UND AUF DER BIONORD,
HALLE B5, STAND B5-D13

FOLGENDE MITGLIEDER STELLEN MIT UNS AUS:



Herrmannsdorfer





Aus alten
Sonett Flaschen
werden neue
Sonett Flaschen*

Sonett recycelt selbst!

- Weil** wir nur dann wissen, was in den Flaschen drin war.
- Weil** Recycling-PE aus dem Gelben Sack Rückstände von synthetischen Duftstoffen und anderen Reststoffen enthalten kann.
- Weil** PE-Recyclat deshalb für Lebensmittel nicht zugelassen ist.
- Weil** Recycling-PE ein wertvoller Rohstoff ist, der vielfach im Kreislauf geführt werden kann.

Sonett – so gut.

www.sonett.eu



Sonett ist Sieger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2022

Für die Sonett-Flaschenrückgabe fragen Sie bitte in Ihrem Naturkostladen.

* Die ersten Sonett Flaschen mit bis zu 50 % Sonett-eigenem Recycling-Anteil sind am Markt. Die Anzahl der Sonett Flaschen mit Sonett-eigenem Recycling-Anteil variiert, abhängig von der Rückgabe leerer Kleingebinde.



Die Dauerkrisen mit dem Ergebnis der Kaufzurückhaltung und Abwanderung der Kund:innen auf der einen Seite, der rasch zunehmende (Fach-)Personalmangel und der Verlust von teilweise langjährigen Exklusivmarken und exklusiven Herstellern und Anbauverbandssiegeln auf der anderen Seite, fordern den sogenannten ökologischen Fachhandel massiv, sich mit den veränderten Bedingungen aktiv auseinanderzusetzen.

Welche Strategien außer Rabatten, Dauertiefpreisen und Preiseinstiegsmarken hat der Fachhandel und wie kommuniziert er diese zu den Kund:innen? Die BioMessen und die ReformWelt im Herbst können dafür ein Forum für Austausch und Diskussion bieten, um wesentliche Impulse und gangbare Wege für eine zukünftige Ausrichtung aufzuzeigen.

RAINER PLUM

Vorstand Reformhaus eG

Die geplante Deregulierung des europäischen Gentechnikrechts stellt aktuell die größte Bedrohung für die Bio-Branche dar. Die Bio-Branche und insbesondere der Bio-Fachhandel wären nicht mehr in der Lage, gentechnikfreie Produkte zu garantieren. Die Auswirkungen treffen aber nicht nur die Branche, sondern ebenso die Verbraucher:innen, die keine Wahlfreiheit mehr hätten, und den ökologischen Landbau, der essenziell für Umweltschutz und Klimaschutz ist. Das 25-Prozent-Bio-Ziel der EU aus der »Farm to Fork«-Strategie wäre gefährdet. Vorsorgeprinzip, Risikoprüfungen, Transparenz und Kennzeichnungspflicht dürfen nicht aufgeweicht werden!

Die BioMessen sind eine der wichtigsten Netzwerkplattformen der Bio-Branche in Deutschland. Gemeinsam wirken wir hier und gegenüber der Politik dafür, dass es keine Deregulierung der neuen Gentechnik gibt.

KATHRIN JÄCKEL

Geschäftsführerin Bundesverband
Naturkost Naturwaren BNN e.V.

»Konstant den Handel erreichen«

NORD
bio

INTERVIEW — JEANINE TOVAR



SÜD
bio

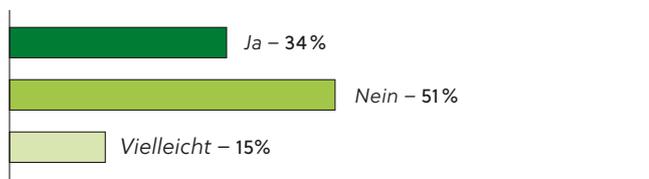
BioMessen-Veranstalter Matthias Deppe und
Wolfram Müller über Kontinuität, Veränderungen und
die Bio-Branche als Generator für Lösungen.

Genau wie die gesamte Branche waren auch die BioMess- en in den letzten zehn Jahren vom Erfolg verwöhnt und kannten nur eine Richtung: Nach oben. Und nun? Stagnierende Umsätze, steigende Kosten und eine Atmosphäre der wirtschaftlichen und politischen Unsicherheit, die nicht nur Bio-Kundinnen und -Kunden verunsichert. Wie sieht es vor diesem Hintergrund für die Herbstmessen BioNord und BioSüd aus?

WOLFRAM MÜLLER (WM) Für die BioNord sind zu diesem Zeitpunkt 295 Ausstellende angemeldet, bei der BioSüd sind es 390. Das entspricht noch nicht wieder dem Niveau von 2019, aber in einer Situation, in der Unternehmen sehr genau schauen, wo sie ihre Vertriebs- und Marketingbudgets investieren, ist das ein positives Votum für die BioMess- en, gerade im Vergleich zu anderen Veranstaltungen. Besonders in Krisenzeiten ist es ja wichtig, Vertrieb und Verkauf aktiv und konstant zu stärken.

MATTHIAS DEPPE (MD) Wir verstehen uns als Dienstleister unserer Ausstellenden. Wir sind im steten Dialog und hören natürlich auch sehr genau hin, was in dieser Situation gebraucht wird. So haben wir in diesem Jahr die Diskussion geführt, ob sich die BioMess- en an einem zusätzlichen Tag für Verbraucherinnen und Verbraucher öffnen sollten.

Öffnung der BioMess- en für einen Verbrauchertag?



Quelle: Umfrage Ausstellende BioMess- en 2023

Aber am Ende habt Ihr Euch klar dafür entschieden, bei B2B zu bleiben?

WM Die Ausstellenden haben das so entschieden. Wir wurden immer wieder auf das Thema angesprochen und es gibt natürlich gute Argumente, die dafür sprechen – ebenso wie solche, die dagegen sprechen. Also haben wir unsere Ausstellenden befragt und ein klares Votum dafür bekommen, dass die BioMess- en genau das bleiben sollen, was sie jetzt erfolgreich sind: Angebots- und Kommunikationsplattform für die deutsche Bio-Branche.

Für die Ausstellenden auf Fachmessen zählt ja nicht nur, wie viele Besuchende auf die Veranstaltung kommen, sondern vor allem die Qualität der Kontakte. Hat sich die Zusammensetzung der Fachbesuchenden im Vergleich zum Vorjahr verändert?

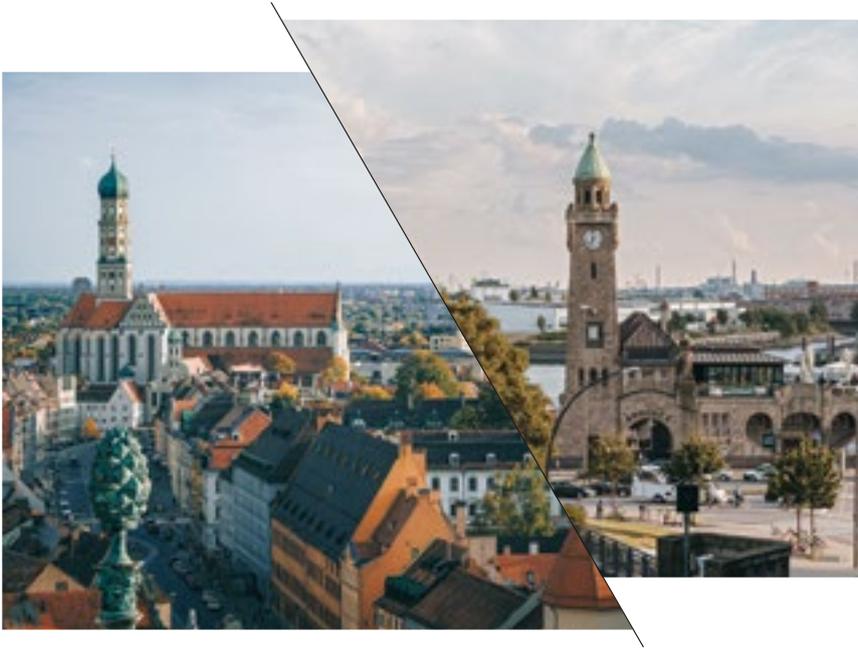
SO NEU IST BIO

VEGANE
HERBST-
NEUHEITEN



Ob mit Couscous oder Nudeln, von feurig scharf bis herrlich cremig – mit Davert geht Bio-Genuss super schnell und ist immer super vielfältig. Da ist für jeden Geschmack etwas dabei.

BIO-HERSTELLER SEIT 1984
www.davert.de



MD Wichtig für die Ausstellenden ist natürlich, dass sie gezielt ihren Handel erreichen. Das ist auf den BioMessen konstant der Fall: Mehr als zwei Drittel der Besucherinnen und Besucher sind direkt im Handel tätig. Ebenfalls erfreulich: Der Anteil der Einkaufsentscheidenden liegt mit 38 Prozent ebenfalls kontinuierlich hoch, die Zahlen verändern sich über die Jahre kaum.

Eine Veränderung in diesem Jahr ist auf jeden Fall der Wechsel der BioNord nach Hamburg. Was hat Euch zu diesem Schritt bewogen?

WM Nach dem – sehr erfolgreichen – Wechsel der BioOst von Berlin nach Leipzig war das die nächste logische Konsequenz. Die Standorte Leipzig und Hannover liegen einfach auf einer Verkehrsachse, so dass wir dort Überschneidungen hatten. Mit dem Wechsel nach Hamburg optimieren wir die Verteilung der Messestandorte über die gesamte Bundesrepublik. Das ist sowohl im Sinne der Fachbesucherinnen und -besucher als auch der Ausstellenden, die so ihre Kundinnen und Kunden noch effektiver erreichen. Die norddeutsche Metropole Hamburg ist für Besuche aus Hannover, Bremen, Oldenburg, Lübeck, Flensburg oder Kiel sowie dem angrenzenden Dänemark sehr gut angebunden.

MD Das Messegelände in Hamburg ist zentral gelegen. Es ist schnell und problemlos erreichbar, das ist für Besuchende und Ausstellende gleichermaßen sehr angenehm. Als Hanseat freue ich mich natürlich auch persönlich, dass die BioNord nach dreizehn Jahren an ihren Ursprungsort Hamburg zurückkehrt.

Wie ist die Resonanz der Ausstellenden auf den Wechsel?

MD Außerordentlich positiv. Für die BioNord gibt es bereits zu diesem Zeitpunkt eine Warteliste. Hamburg selber ist Bio-Stadt und Bio-Ballungsraum, so präsentiert sich zum Beispiel der Verein hamburg.bio, in dem ich selber aktiv bin, mit zahlreichen Mitgliedern.

WM Hamburg bietet ein gutes Umfeld für Bio und damit natürlich auch für die BioNord. Wir freuen uns sehr, dass sich Hamburgs Umweltsenator Jens Kerstan bereits zur Eröffnung angekündigt hat.

Für den Bio-Fachhandel kommt es mehr denn je darauf an, nicht nur mit überzeugenden Sortimenten sondern auch mit Werten zu punkten. Was haben die Bio-Messen da zu bieten?

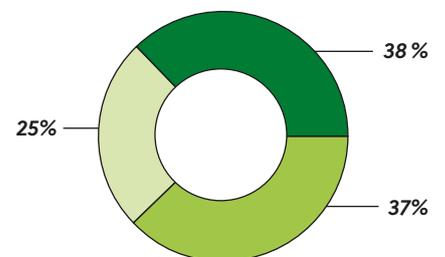
MD Natürlich werden BioNord und BioSüd auch in diesem Herbst wieder ein Forum für unterschiedliche Themen bieten. So widmet sich unser Diskussionsformat »12 Uhr mittags« der Frage, welche Rolle Preiswerbung im Bio-Fachhandel spielen sollte. Auf der BioNord werden Bio-Erfolgsbeispiele aus Hamburg vorgestellt und auf der BioSüd wird es unter anderem um das Thema ökologische Tierzucht gehen.

Wenn man den aktuellen Diskurs über Bio und den Bio-Fachhandel verfolgt, fallen vor allem die pessimistischen Töne auf, bis zu der Frage nach der Existenzberechtigung eines Bio-Fachhandels vor dem Hintergrund der ständig wachsenden Bio-Umsätze in konventionellen Verkaufswegen.

WM Ja, die Bio-Branche befindet sich aktuell in einer Umbruchphase. Man darf dabei zwei Dinge nicht vergessen: Die gesamte wirtschaftliche Situation ist aktuell von Krisenhaftigkeit geprägt. Ich bin kein Freund des Spruchs »Krise als Chance«, niemand möchte in eine Krise geraten. Aber was für mich das Wesentliche ist: Die Bio-Branche hat Lösungsansätze zu vielen brennenden politischen und gesellschaftlichen Themen beizutragen.

Vielen Dank für das Gespräch! ■

Zusammensetzung Fachbesuchende 2022



- Geschäftsführung, Filialleitung oder Einkaufsentscheidende
- Verwaltung, Azubis und Sonstige
- Verkauf

Quelle: Akkreditierungen 2022

Über die BioMessen

Die erste BioNord fand 2004 statt, 2009 folgte die erste BioSüd in Augsburg. Mit BioWest und BioOst wurde 2013 das Konzept der regionalen Fachmessen als Forum und Treffpunkt für die deutsche Bio-Branche bundesweit flächendeckend umgesetzt. Die BioMessen richten sich ausschließlich an Fachbesucher:innen. Ausstellende sind sowohl die bundeswei-

ten Lieferant:innen des Bio-Fachhandels aus den Bereichen Bio-Lebensmittel und Naturkosmetik als auch der entsprechende Großhandel. Die Anbauverbände des ökologischen Landbaus präsentieren sich auf den BioMessen jeweils mit zahlreichen Mitgliedern auf jeweils eigenen Gemeinschaftsflächen. Angebote aus dem Reformwarenbereich werden auf der

Sonderfläche ReformWelt unter Schirmherrschaft der Reformhaus eG gebündelt. Alle auf den BioMessen ausgestellten Produkte unterliegen klaren Kriterien und Zertifizierungsanforderungen. Diese orientieren sich an den Sortimentsrichtlinien des Bundesverbands Naturkost Naturwaren BNN e. V., der die Schirmherrschaft für die Veranstaltung innehat. biomessen.info

100 Prozent klimakompensiert seit 2014



Humusaufbau auf deutschen Bio-Höfen statt Klimakompensation in anonymen Großprojekten zum Beispiel in China oder Indien – mit dem bereits 2014 gestarteten Projekt leisten die BioMessen einen positiven Beitrag

zu gleich zwei drängenden umwelt- und branchenpolitischen Themen: Klimaschutz und Schutz der Ackerböden. Die beteiligten Bio-Betriebe bewirtschaften ihren Ackerboden so, dass sie mehr Humus aufbauen und so mehr klimaschädliche Gase binden: Zum Beispiel durch verbes-

serte Bodenbearbeitung, Zwischenfrüchte, Kompostwirtschaft etc. Kompensiert wird dabei nicht nur der Energieverbrauch durch den Betrieb der Messehallen, sondern auch die An- und Abreise der Ausstellenden und Besuchenden.

BIO NORD: B5-G32
BIO SÜD: 5-A16

WÜRZ DICH UM die Welt

MACH DICH AUF EINE KULINARISCHE ENTDECKUNGSREISE

SONNENTOR®

BIOFACH 2023 BEST NEW PRODUCT

Es gibt pikante Neuigkeiten! Sie heißen **Chakalaka**, **Harissa** und **Griechisches Salatgewürz** und sorgen gemeinsam mit **Umami** und dem **5-Gewürze-Pulver** für noch mehr trendige Vielfalt in der Küche und natürlich im Gewürzregal.

WWW.SONNENTOR.COM

Veranstaltungen



Eröffnung

Die Veranstalter der BioMessen laden ein, gemeinsam auf einen gelungenen Messesonntag anzustoßen. Im Anschluss Messerundgang mit Gästen aus Politik, Verbänden und Medien.

■ **BioSüd** | Sonntag | 10. September | 10.00 Uhr
→ Cateringfläche Halle 5
Grüßworte: *Friedrich Mayer* – Ministerialdirigent Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
Reiner Erben – Leiter Umweltreferat Stadt Augsburg

■ **BioNord** | Sonntag | 17. September | 10.00 Uhr
→ Vortragsforum B5-F27
Jens Kerstan – Senator für Umwelt, Klima, Energie und Agrarwirtschaft Freie und Hansestadt Hamburg

Podiumsdiskussion

12 UHR MITTAGS

Bio zwischen Preis und Wert

Der Anstieg der Lebensmittelpreise ist ungebrochen. Bio-Kundinnen und -Kunden halten ihr Geld zusammen, wandern ab in Supermarkt oder Discounter, greifen zu Preiseinstiegsmarken. Wenn die Bio-Branche das Thema Preis thematisierte, dann ging es in der Regel darum, dass nicht Bio zu teuer, sondern konventionelle Lebensmittel zu billig seien. Dabei schrumpfen aktuell Preisdifferenzen zwischen Bio- und konventioneller Ware. Wie kommuniziert die Bio-Branche jetzt richtig?

■ **BioSüd** | Sonntag | 10. September | 12.00 Uhr
→ Vortragsforum 5-B26
Rebecca Kramer und Michael Groß – Sonett, *Michael Sendl* – Biomarkt Verbund, Vertriebsausschuss
Moderation: *Detlef Harting* – Harting & Tovar Kommunikation

■ **BioNord** | Sonntag | 17. September | 12.00 Uhr
→ Vortragsforum B5-F27
Karin Artzt-Steinbrink – Upländer Bauernmolkerei, *Kerstin Stromberg* – Sodasan, *Jan Bolten* – Grell Naturkost
Moderation: *Detlef Harting* – Harting & Tovar Kommunikation

Vorträge

■ **BioSüd** | Sonntag | 10. September | Vortragsraum 5-B26
■ **BioNord** | Sonntag | 17. September | Vortragsraum B5-F27

■ → 10.00 – 11.00 Uhr

Verpflegung in Kita und Schule leicht gemacht

Vorstellung des neuen Online-Tools von »Bio für Kinder« für gesunde und nachhaltige Ernährung.

Referentin: *Allegra Engler* – Tollwood Umweltprojekte

■ → 11.00 – 12.00 Uhr

Bio-Fachhandel: Die aktuellen Zahlen und Entwicklungen

Anhand aktueller Zahlen aus dem Umsatzbarometer der Kommunikationsberatung Klaus Braun wird die aktuelle Marktentwicklung im Bio-Fachhandel präsentiert, die daraus resultierenden Herausforderungen beschrieben und Lösungsansätze aufgezeigt.

Referenten: *Klaus Braun/Simon Döring* – Kommunikationsberatung Klaus Braun

■ → 14.00 – 15.00 Uhr

Bruderhahn und Zweinutzungshuhn:

Wie geht's in die Zukunft?

Der Absatz von Eiern mit ökologischer Bruderhahnaufzucht ist zurückgegangen und die zugehörigen Fleischprodukte verkaufen sich weiterhin schleppend. Vor diesem Hintergrund stehen die Bruderhahnaufzucht und die Absage der Bio-Branche an die Geschlechtsbestimmung im Ei mancherorts auf dem Prüfstand. Was heißt das für die Zukunft der ökologischen Geflügel-Tierzucht? Diskussion mit Branchenvertreterinnen und -vertretern.

■ → 14.00 – 15.00 Uhr

hamburg.bio: Erfolgsbeispiele aus der Metropolregion

Hamburg

• Allianz Trade Betriebsrestaurant: Von Null auf 100 Prozent Bio
Denis Florschütz – apetito Catering, *Gerrit Vorjans* – Allianz Trade,
Karl Wolfgang Wilhelm – hamburg.bio

• Wildwuchs Brauwerk: Umstellung auf Bio-Rohprodukte aus der Region | *Friedrich Matthies* – Wildwuchs Brauwerk, *Karl Wolfgang Wilhelm* – hamburg.bio

Machermarktplatz

Innovative Produkte, mit denen sich der Bio-Fachhandel profilieren kann, Listungen für Bio- und Naturkosmetik-Start-ups: Der Machermarktplatz, direkt hinter dem Neuheitenstand, ist fester Bestandteil jeder BioMesse und gleichermaßen beliebt bei den dort Ausstellenden wie den Fachbesucherinnen und -besuchern.

Der Machermarktplatz wird von den BioMessungen unterstützt: Bewerber können sich Unternehmen, die noch keine drei Jahre am Markt sind, den BioFachhandel erreichen möchten und noch nicht über eine flächendeckende Distribution verfügen.

AUSSTELLENDEN MACHERMARKTPLATZ ■ BioSüd ■ BioNord

CACHUU! ■

Bio-Pesto zum Anrühren auf Cashew-Basis

CANDELA ■ ■

Snacks aus peruanischer Schokolade und Paranüssen

COCONILLA ■ ■

Vegane Süßigkeiten mit cremiger Füllung

ENTOSUS ■ ■

Proteinreiche Snacks und Aufstriche auf Insektenbasis

EZZICH ■

Vielfältige Bio-Essigsorten aus Franken

GESGU ■

Regionaler und handgemachter Tofu aus Bayern

HÜLSENREICH ■

Knusprig geröstete Kichererbsen

JO SNACK ■

Landkartoffelchips aus dem Kessel

KREUZNACHER SENFWERK ■

Hitzebeständige Rötisseur-Senfe

LEGOMO ■

Bio-Hummus frei von Zusatz- oder Konservierungsstoffen

LOGGÄ ■

Regionale Brotbackmischungen, Müsli und Porridge

MALIKMINT ■

Minz-Limonaden

MAMAJU ■

Müsli und Kaffeespezialitäten

MAMMA NATUR ■ ■

Vegane italienische Lebensmittel

MEALGOOD ■

Mehrwegbehälter für Gastro und Gewerbe

NICAMA ■

Plastikfreie feste Upcycling-Seifen und Shampoos

PALACIOS & PALACIOS ■

Regionale spanische Spezialitäten

PFEIFFERS – BIO CLASSICS ■

Bio-Feuerzangenbowle aus regionaler Herstellung

TEABLOBS ■

Tee-»Tabletten« für schnellen Genuss ohne Teebeutel

TEETHLOVERS ■ ■

Bio-Zahnputzpulver

VIKING CRACKERS ■

Saaten-Cracker

WOHLFÜHLVIEH GMBH ■ ■

Tierwohlorientierte Fleischprodukte



GUTES ESSEN VERBINDET



KOMM VORBEI, WIR BACKEN DIR WAS!

BIOSÜD
7-L19

BIONORD
B5-B16

WWW.MOIN.EU

 [moinbiobackwaren](https://www.instagram.com/moinbiobackwaren)

Transparency Deutschland

Einblicke in die Lobbylandschaft

▪ Anlässlich des »Digitaltags« am 13. Juni veröffentlichte die Antikorruptionsorganisation Transparency Deutschland die deutsche Fassung der Plattform »IntegrityWatch«. Die interaktive Webseite basiert auf Open Data und bereitet die Daten aus dem Bundes-Lobbyregister grafisch auf. So können sie von Bürgerinnen und Bürgern sowie Medienschaffenden für Recherchen zu Branchen, Verbänden oder Unternehmen genutzt werden. Durch einfaches Anklicken der Inhalte in

den Diagrammen und Listen können Informationen wie die Art der Interessengruppen, deren thematische Tätigkeitsbereiche, finanzielle Aufwendungen und Rechtsformen sortiert und gefiltert werden. IntegrityWatch Deutschland ist der deutsche Teil von IntegrityWatch EU, einer von Transparency International EU betriebenen Plattform, in der Daten zu Lobbyismus auf EU-Ebene sowie weiterer Länder integriert sind.

integritywatch.transparency.de



IFOAM Organics Europe

Jan Plagge für weitere drei Jahre an der IFOAM-Spitze



▪ In der konstituierenden Sitzung des Boards nach der IFOAM-Generalversammlung wurde Jan Plagge erneut das Vertrauen ausgesprochen. Die Generalversammlung wählte zudem die weiteren acht Mitglieder des Boards. »In den kommenden drei Jahren haben wir als Bio-Branche in Europa einige große Brocken vor der Brust. Ich werde, wie auch in den vergangenen fünf Jahren meiner Präsidentschaft, alles dafür tun, damit Bio in Europa die bestmöglichen Rahmenbedingungen erhält. Die schnell voranschreitende Klima- und Biodiversitäts-Krise braucht einen zügigen Systemumbau der Land- und Ernährungswirtschaft. Dabei spielt Bio eine zentrale Rolle, auch als Innovationstreiber für den gesamten Sektor«, so Plagge. Neben der allgemeinen Agrar- und Ernährungspolitik werde vor allem das aktuell besonders dringliche Thema der Neuregelung der Agro-Gentechnik weiterhin eine gewichtige Rolle in seiner Amtszeit spielen. ifoam.bio

BNN

Resolution gegen die Aufweichung des europäischen Gentechnikrechts

▪ Die Pläne der Europäischen Union, das Gentechnikrecht zu lockern, beunruhigen die Bio-Branche. Auf seiner Mitgliederversammlung verabschiedete der Bundesverband Naturkost Naturwaren BNN e. V. eine Resolution zum Thema: Unter dem Titel »Natürliche Vielfalt statt genetischer Einfalt – Keine Gentechnik in unseren Lebensmitteln« sprachen sich die Mitglieder klar und deutlich gegen die geplanten Neuregelungen aus, die erhebliche Auswirkungen auf die Erzeugung und den Handel von Bio-Lebensmitteln hätten, da die Transparenz und Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln gefährdet seien. Damit sieht sich der Verband nicht zuletzt auch auf der Seite der Kundinnen und Kunden: »Wir stehen für Transparenz und die Wahlfreiheit der Verbraucherinnen und Verbraucher, die genau wissen möchten, was sie auf ihren Tellern haben«, betont BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel.

n-bnn.de



Bioland Stiftung und
Naturland-Beratung
**Kooperieren für
den Bodenschutz**

▪ Die Beratung für Naturland engagiert sich seit Juni diesen Jahres in der Initiative BODEN.BILDUNG der Bioland Stiftung, um Landwirtinnen und Landwirte praxisnah und verbandsunabhängig zum Thema ganzheitliche Bodenbewirtschaftung weiterzubilden. »Mit BODEN.BILDUNG bündeln wir aktuelles Wissen aus Praxis und Forschung und entwickeln damit hochwertige Bildungserlebnisse, die ökologische und konventionell wirtschaftende Landwirtinnen und Landwirte befähigen, die Fruchtbarkeit und Gesundheit ihrer Böden zu sichern«, so Johanna Zellfelder, Geschäftsführerin der Bioland Stiftung. Thomas Neumaier, Geschäftsführer der Beratung für Naturland, sieht durch die Zusammenarbeit ebenfalls große Vorteile: »Bei Naturland bieten wir deshalb schon seit vielen Jahren regelmäßig Bodenpraktiker-Kurse an. Unsere Erfahrungen und Wissen bringen wir jetzt gerne auch in das verbandsübergreifende Bildungsprojekt von BODEN.BILDUNG ein. Denn gemeinsam können wir hier noch mehr erreichen.« bodenbildung.org



Strukturdaten Öko-Landbau

Öko-Landbau wächst (zu) langsam



▪ Ende des Jahres 2022 wirtschafteten fast 37.000 Betriebe auf über 1,8 Millionen Hektar Fläche ökologisch. Dies geht aus den aktuellen Strukturdaten zum ökologischen Landbau in Deutschland hervor, die vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) bei den Ländern abgefragt werden. Ein Blick auf die Zahlen zeigt allerdings, dass diese Zahl lediglich 0,2 Prozent höher liegt als im Vorjahr. Das vom BMEL vorgegebene Ziel, dass bis 2030 auf 30 Prozent der landwirtschaftlichen Flächen Deutschlands Bio-Landbau betrieben werden soll, scheint vor dem Hintergrund der Wachstumsraten des letzten Jahrzehnts, die maximal ein Prozent betragen, schwerlich erreichbar. oekolandbau.de

**NACHHALTIGE
SICHTBARKEIT IM
EINZELHANDEL**

Wir entwickeln und produzieren einzigartige Lösungen zur Warenpräsentation – von der ersten Idee bis zur Auslieferung.



Individuelles Design

Einfacher Aufbau



Langlebige Materialien

Nachhaltige Produktion



Kontaktieren Sie uns:
display@werkhaus.de

werkhaus.de/warendisplays





DEREGULIERUNG GENTECHNIKRECHT:

Die Risiken für die Bio-Branche

KOMMENTAR



In der EU wird das Gentechnikrecht aufgeweicht, mit großen Risiken für die Bio-Branche und die gesamte Lebensmittelwirtschaft. Pflanzen, deren Erbgut durch neue gentechnische Verfahren wie CRISPR/CAS verändert wurde, sollen künftig nicht mehr unter das Gentechnikrecht fallen. Die unabhängige Risikobewertung wäre bald nicht mehr gefordert und die Produkte müssten nicht mehr als gentechnisch verändert gekennzeichnet werden. Für Bio-Herstellende

und -Handel wäre nicht mehr erkennbar, ob ihre Lieferketten gentechnikfrei sind. So könnten Bio-Läden nicht mehr garantieren, dass sie gentechnikfreie Produkte anbieten.

Wahlfreiheit nicht mehr gegeben

Eine Aufweichung des Gentechnikrechts hätte nicht nur dramatische Konsequenzen für gentechnikfrei wirtschaftende Unter-

nehmen, sondern auch für die Verbraucherinnen und Verbraucher. Sie hätten keine Wahlfreiheit mehr, könnten sich nicht mehr bewusst gegen gentechnisch veränderte Lebensmittel entscheiden. Dabei lehnt eine Mehrheit der europäischen Verbrauchenden solche Lebensmittel ab.

BNN AUF DEN BIOMESSEN

■ *BioSüd* B5-B14

■ *BioNord* 5-D26



Alleinstellungsmerkmal »Ohne Gentechnik« geht verloren

Ein Verlust des Alleinstellungsmerkmals »Ohne Gentechnik« trifft nicht nur den Bio-Fachhandel, sondern alle Lebensmittelunternehmen. Denn Gentechnikfreiheit ist gerade für den deutschen Lebensmittelmarkt von zentraler Bedeutung. Allein in Deutschland lag 2022 der Umsatz mit »Ohne Gentechnik«-Produkten bei knapp 16 Milliarden Euro. Hinzu kommen die Umsätze, die mit Bio-Lebensmitteln gemacht werden, bei denen ebenfalls auf den Einsatz von Gentechnik verzichtet wird. Gentechnikfreie Produkte erzielten 2022 so einen Umsatz von rd. 31 Milliarden Euro.

Haftungsrisiken nehmen zu

Durch Deregulierung und Wegfall der Kennzeichnungspflicht werden zusätzliche Haftungsrisiken für Produkte entstehen. Versicherungen lehnen eine Produkthaftpflichtversicherung in Bezug auf Gentechnikfreiheit ab, solange die Versursacherhaftung nicht gewährleistet ist.

Gravierende Auswirkungen auf den Öko-Landbau

Die geplante Deregulierung hat gravierende Auswirkungen auf den Öko-Landbau und damit auf Umweltschutz, Biodiversität und Klimaschutz. Das 25-Prozent-Bio-Ziel der Europäischen Union, die mit der »Farm to Fork«-Stra-

tegie ein nachhaltigeres und gesünderes Ernährungssystem fördern will, würde in weite Ferne rücken. Europa braucht eine resiliente Landwirtschaft! Und die erreichen wir nur durch eine umfassende Transformation der landwirtschaftlichen Praktiken und der massiven Förderung nachhaltigerer Ansätze.

Wir bleiben dabei: Vorsorgeprinzip, Risikoprüfung, Rückverfolgbarkeit, Transparenz und Kennzeichnungspflicht dürfen nicht aufgeweicht werden. Die Wahlfreiheit der Verbrauchenden muss erhalten bleiben. Mit der Verabschiedung einer Resolution auf der Mitgliederversammlung 2023 hat sich der BNN daher erneut klar gegen eine Deregulierung des Gentechnikrechts ausgesprochen. ■

● HANS F. KAUFMANN — Leiter politische Kommunikation beim BNN



Freut Euch auf knusprige Umsätze.

Mit braunen Linsen
und Kichererbsen

Proteinquelle

Außen knusprig,
innen saftig

Beliebt zum Salat,
für Bowls oder
als Snack



Aus besten Bioland-Kartoffeln

Außen knusprig, innen köstlich:
Mit 25% Kräuter-Frischkäsefüllung

Das Ökoland-Qualitätsgebot:

Ohne Hefeextrakt

Ohne Zusatz von Aromen

Ohne Geschmacksverstärker*

*gemäß EU-Bio-VO

Echt GUT, echt FAIR, echt Ökoland.

www.oekoland.de

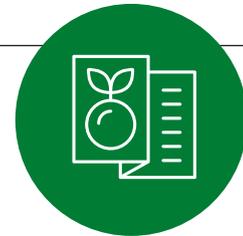


BEITRAG ZUM 30-PROZENT-ZIEL



*Mehr Bio in
Außer-Haus-Verpflegung
und Gastronomie*

Kita, Mensa, Betriebskantine, Seniorenheim und natürlich Gastronomie: Ungefähr sechs Millionen Menschen essen täglich außer Haus. Ökologisch und nachhaltig produziert sind (noch) die wenigsten dieser Mahlzeiten. Das soll sich ändern: Um das Ziel bis 2030 30 Prozent Bio auf deutschen Landwirtschaftsflächen zu erreichen, hat sich die Bundesregierung vorgenommen, die Außer-Haus-Verpflegung (AHV) aktiv als Hebel zu nutzen, um die Nachfrage nach Bio weiterzuentwickeln.



Neue Kennzeichnungsregeln, mehr Förderung

So werden 2023 Kennzeichnung und Kontrolle von Bio in der AHV und Gastronomie neu geregelt: Bronze-, Silber- und Gold-Standard für jeweils über 20, 50 oder 90 Prozent Bio sollen zukünftig transparent kommunizieren, wieviel Bio in der jeweiligen Küche eingesetzt wird. Mit einer neuen Förderung will das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zudem Außer-Haus-Unternehmen unterstützen, die einen Mindest-Bio-Anteil von 30 Prozent anstreben wollen. Gefördert wird dabei sowohl die Beratung zur Umstellung als auch die Schulung der Mitarbeitenden – und das ist auch nötig: Denn damit es gelingt, leckere, umweltschonende Menüs zu guten Preisen mit möglichst regionalen Produkten anzubieten, muss sich vieles nachhaltig ändern: Mehr Pflanzliches statt tierischer Produkte und mehr saisonale Frische sowie weniger Convenience stehen dann auf dem Speiseplan. Und:

Weniger Lebensmittel dürfen in der Tonne landen. All das braucht das Know-how in den Betrieben und in der Belegschaft.

Von Null auf Hundert in Hamburg

Dass ein solcher Schritt gelingen kann, und das gleich hundertprozentig, zeigt das Betriebsrestaurant des Warenkreditversicherers Allianz Trade in Hamburg: Als erstes Unternehmen der Hansestadt hat das Unternehmen seine Betriebsgastronomie komplett auf Bio umgestellt. Damit folgte es einem klaren Votum der rund 1.100 Mitarbeitenden, die zuvor befragt worden waren. Das Betriebsrestaurant von Allianz Trade vollständig auf den zertifizierten Bio-Betrieb umzustellen, dauerte sechs Monate. In einem komplexen Prozess musste der Restaurantbetreiber Apetito Catering unter anderem ein komplett neues Netzwerk von reinen Bio-Lieferanten aufbauen. Unterstützt wurde er dabei von hamburg.bio. Der Verein bündelt die Hamburger Bio-Wirt-

schaft und steuerte die entsprechende Expertise bei, sodass die Bio-Kantine nun den Großteil ihrer Bio-Lebensmittel aus dem Hamburger Umland bezieht. »Bei der Umstellung ging es nicht ›nur‹ um Bio, sondern ebenso um Regionalität und Nachhaltigkeit. So ist es uns gelungen, kleine Bio-Betriebe von hier einzubinden und gleichzeitig die Lieferungen so zu bündeln, dass wir die Zahl der Anfahrten um 50 Prozent reduzieren konnten«, berichtet Karl Wolfgang Wilhelm, Vorstand von hamburg.bio. Pro Tag werden bei der Allianz Trade im Schnitt rund 500 Mahlzeiten für Mitarbeitende sowie Gäste des Unternehmens zubereitet.

Bio-Verpflegung von Anfang an in Augsburg

Wie mehr Bio in der öffentlichen Verpflegung machbar ist, zeigt ein Beispiel aus Augsburg: Dort liegt der Bio-Anteil in der Kita-Verpflegung bei 47 Prozent (Stand 2022). »Wir arbeiten bereits seit 2015 an dem Thema«, erzählt Alexandra Wagner,



Koordinatorin der Fachstelle Biostadt Augsburg. Damit Bio in der AHV funktioniert, müssen nach ihrer Erfahrung mehrere Faktoren zusammenkommen. »Wir haben hier ganz klar den politischen Willen für mehr Bio in der Gemeinschaftsverpflegung. Die Stadt Augsburg ist selber Kita-Träger und ein großer Teil der Kitas verfügt über Küchen vor Ort, das ist natürlich auch ein struktureller Vorteil.« Das alleine aber reicht nicht aus, es brauche intensive Überzeugungsarbeit, Coaching, Schulung und praktische Unterstützung: »Zu sagen, wir wollen das, das reicht nicht. Wir schulen nicht nur das Küchenpersonal, wir nehmen das gesamte Kita-Team mit, die Leitung, die Erzieherinnen und Erzieher und die Kinder.« Und noch etwas gibt es, worauf Alexandra Wagner stolz ist: »Der Preis, den die Eltern für das Essen bezahlen, ist durch die Einführung von mehr Bio nicht gestiegen.«

Erfolgreich mit Catering-Linie

Ein umfangreiches Trockensortiment mit über 65 Produkten bietet Bio-Pio-

nier Byodo an, der Umsatz mit den Produkten macht ein Viertel des Gesamtumsatzes aus, Tendenz steigend. »Der Verkauf erfolgt in größten Teilen über Naturkost- und Gastronomie-Großhandel«, erläutert Stefan Dempfle, der die Catering-Linie bei Byodo verantwortet. Ein Großteil der Produkte wird in der Gemeinschaftsverpflegung verbraucht. Über Messen und Veranstaltungen hält das Unternehmen direkten Kontakt zu den Abnehmenden in den Küchen. Die größten Hindernisse für eine Umstellung auf Bio seien nach wie vor die Kosten und der Aufwand. Information, Schulung und Beratung sind daher ein Muss, bestätigt Stefan Dempfle. Die Marke Byodo bleibt dabei für die Gäste meist im Hintergrund, »auch wenn in der Gastronomie vereinzelt unsere Essige oder Öle direkt auf den Tischen zu sehen sind.« Für Stefan Dempfle zählt dabei nicht zuletzt das große Ganze: »Nachhaltigkeit ist ein Teil unserer Unternehmensvision, und der Konsum von Bio-Lebensmitteln ist vielerorts schon Selbstverständlichkeit. Eine Entwicklung, die dank gesetzlicher Vor-

gaben für mehr Bio jetzt auch in der Außer-Haus-Verpflegung an Bedeutung gewinnt und ein Momentum, das benötigt wurde und uns in die Zukunft trägt.«

Bio für Trendsetter

Die Naturkostafterei Voelkel hat bereits vor über zwanzig Jahren begonnen, sich mit ihren BioZisch-Limonaden den Gastronomiebereich zu erschließen: Ihre Limos stehen auf den Getränkekarten trendiger Gastronomen, hipper Cafés, werden auf Festivals genauso angeboten wie im Bistro der Deutschen Bahn. »Schwerpunkt der Distribution sind ganz klar urbane Räume wie Berlin oder Hamburg und natürlich Uni-Städte mit dem entsprechenden Publikum«, berichtet Jurek Voelkel, bei Voelkel verantwortlich für Verkauf und Marketing. Rund 40 Prozent des BioZisch-Umsatzes wurden in den letzten 12 Monaten im Gastro-Bereich gemacht. Bei Voelkel rechnet man damit, dass der Anteil für 2023 noch größer sein wird, da Gastronomie und Festivals nicht mehr von Einschränkungen durch Corona betroffen sind. »Wir wollen in der Gastronomie natürlich Menschen außerhalb unserer »Bio-Bubble« erreichen und überzeugen«, sagt Jurek Voelkel. Von Mainstream möchte er aber nicht sprechen – Limonaden in Bio-Qualität, weniger süß als gewohnt, außergewöhnliche Geschmacksrichtungen: »Das ist schon eher etwas für qualitätsorientierte Gastronomen und ihre Kundschaft.« Die Präsenz von BioZisch und Co. in der Gastronomie komme auch der Marke Voelkel insgesamt zugute. »Natürlich setzen wir damit auch spürbar Impulse für den Einkauf im Bio-Fachhandel«, bilanziert Jurek Voelkel.

Erfolgsgeschichten wie diese aus Betriebskantine, Kita oder Szene-Gastronomie zeigen, dass mehr Bio und Nachhaltigkeit in der Außer-Haus-Verpflegung und Gastronomie möglich sind. Gut so: Denn damit das 30-Prozent-Bio-Ziel für diesen Bereich wirklich erreicht werden sollen, gilt es jeden Hebel zu nutzen. ■



*
Besuchen Sie uns:
BioSüd: Halle 7,
Stand K26
BioNord: Halle B5,
Stand H25



*
neu

Ein echter Glücklichermacher

Ein echter Glücklichermacher ist unser Tee „Zeit zum Glücklichsein“ aus der neuen Wohlfühltee-Serie: Kakaoschale, Honigbusch und Rooibos verleihen dieser Kräuterteemischung ihr weiches, samtiges Aroma. Orangenschale rundet die tiefgoldene Tasse mit feinen Fruchtnoten ab. Manchmal liegt das Glück so nah!

100 % Bio. Ohne Wenn, ohne Aber, ohne Künstlich.



ENTDECKEN SIE HIER
UNSERE GESAMTE
WOHLFÜHLTEE-SERIE.

Mehr zu unseren Tees, Kaffees und Gewürzen finden Sie auf www.lebensbaum.de.

BIO SEIT 1979

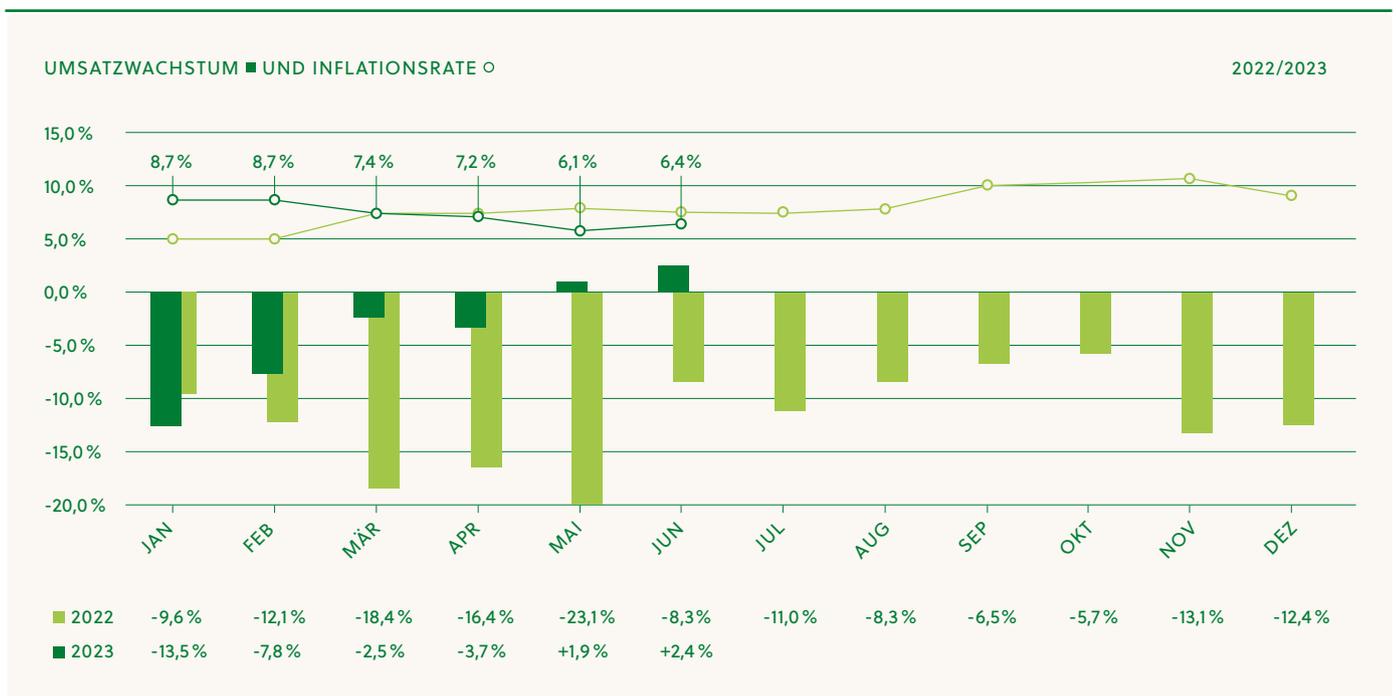


UMSATZENTWICKLUNG IM BIO-FACHHANDEL

Trendwende in Sicht?

In den vergangenen zwei Jahren war die Umsatzentwicklung im Naturkostfachhandel wenig erfreulich: Als die Erlöse im Jahr 2021 gegenüber dem Vorjahr um 3,0 Prozent zurückgingen, konnte man noch vermuten, dass es sich dabei einfach um eine »Korrektur« gegenüber dem ersten Corona-Jahr mit Rekordumsätzen handelte.

Von Simon Döring • Kommunikationsberatung Klaus Braun



Stattdessen setzte sich der Abwärtstrend verstärkt fort: Für 2022 wies das Umsatzbarometer der Kommunikationsberatung Klaus Braun zum Jahresende einen Rückgang von 12,3 Prozent aus – der schlechteste Wert seit Beginn der Datenerfassung. Viele Handelsbetriebe sind unter wirtschaftlichen Druck geraten, müssen (sofern vorhanden) auf Rücklagen zurückgreifen, um am Markt zu überstehen. Vor diesem Hintergrund ist es nachvollziehbar, dass die Um-

satzentwicklung in 2023 von allen Beteiligten besonders gespannt verfolgt wird – und tatsächlich geben die aktuellen Auswertungen Grund zur Hoffnung: Seit Jahresbeginn werden die monatlich erhobenen Zahlen schrittweise besser, im Mai und Juni gab es erstmals seit über zwei Jahren wieder ein Umsatzplus zu vermelden. Von einer nachhaltigen Entspannung der Lage zu sprechen, wäre etwas verfrüht, wie eine intensivere Beschäftigung mit den erhobenen Daten zeigt.

Wachstumspause trotz Mehrumsatz

Die kumulierten Umsätze im ersten Halbjahr 2023 liegen immer noch um 3,8 Prozent unter jenen aus dem ersten Halbjahr 2022. Sicher ist es erfreulich, dass sich die Entwicklungsrichtung wieder geändert hat. Und auch die Stimmung der Unternehmen wird verständlicherweise spürbar besser, wenn am Ende des Monats wieder mehr Einnahmen verbucht werden kön-

Messe-Serviceangebot für den Fachhandel

Kostenfreie Kurzberatung

In Kooperation mit den BioMessen bietet die Kommunikationsberatung Klaus Braun Fachbesuchenden die Möglichkeit, ihren Messebesuch mit einer kostenlosen Kurzberatung zu verbinden. Interessierte können unter braunklaus.de vorab einen Termin vereinbaren oder direkt auf der Messe vorbeischaun.

→ **BioSüd** 5-C17 — **BioNord** B5-E26



nen als im entsprechenden Vergleichsmo-
nat. Allerdings liegt das Umsatzniveau der-
zeit in etwa auf dem Niveau aus 2019, man
kann für den Fachhandel insgesamt also
mittelfristig von einer Art »Wachstumspau-
se« sprechen. Gleichzeitig sind die Kosten
in der gleichen Zeit spürbar gestiegen: Ne-
ben dem erhöhten Mindestlohn und den
gestiegenen Energiepreisen ist es vor al-
len Dingen die anhaltende Inflation, wel-
che die Unternehmen beschäftigt. Und die
Inflation muss auch bei der Bewertung der
Umsätze mit einbezogen werden.

Inflation frisst Erlös

Inflation, das bedeutet laut vereinfachter
volkswirtschaftlicher Definition eine Ent-
wertung des Geldes: Bei der aktuellen In-
flationsrate von gut sechs Prozent werden
heute also rechnerisch 106 Euro benötigt,
um das kaufen zu können, was vor einem
Jahr noch 100 Euro kostete. Liegen die
Wachstumsraten im Umsatz (im Juni 4,2
Prozent) unter der jeweiligen Inflations-
rate (im Juni 6,4 Prozent) bedeutet das,
dass der »in Geld gemessene Wert« der
verkauften Ware gesunken ist (und zwar
um 2,2 Prozent). Es bleibt also zu hoffen,
dass sich der aktuelle Trend verstetigt und
die Erlöse weiterhin so steigen, dass sie bis
zum Jahresende dann tatsächlich auch die
Inflation »überholen«, und man auch ohne
Relativierung wieder von einem substanzi-
ellen Wachstum sprechen kann.

Herausforderung für Betriebe

Die hier beschriebenen Zusammenhänge
zeigen auch, dass es für Einzelbetrie-
be nicht ausreichend ist, nur auf den Um-
satz als Indikator für die eigene Stärke
zu schauen: Eine Analyse der individu-
ellen Ertrags- und Kostenstruktur sollte
die Grundlage für alle anstehenden un-
ternehmerischen und strategischen Ent-
scheidungen bilden. Anstatt einfach pas-
siv auf »bessere Zeiten« zu hoffen ist der
Bio-Fachhandel gefordert, das eige-
ne Geschäftsmodell zu hinterfragen und
weiterzuentwickeln – der Markt und das
wirtschaftliche Umfeld haben sich in den
letzten Jahren grundlegend geändert, und
es braucht Mut für neue Wege und Lösun-
gen, um die wirtschaftliche Existenz der
bestehenden Bio-Läden nachhaltig für die
Zukunft zu sichern. → BRAUNKLAUS.DE

→ Spannende Marktanalysen, hilf-
reiche Ratgeber-Videos und inter-
essante Interviews rund um die
Situation im Naturkostfachhandel
sind auch auf dem neuen **Youtube-**
Kanal @BioBerater zu finden.

Jetzt QR-Code
scannen und
abonnieren!



eco
cosmetics



Wir sagen
Danke!

Pünktlich zum Jubiläum

ECO revival

mit Traube, Hyaluron
und Bio Hanfsamenöl
Gesichtspflege für anspruchsvolle Haut



ECO naturals

bewährte Rezepturen,
neues Design
Gesichtspflege für jede Haut

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

BioSüd: 7-N14
BioNord: B5-G05



www.eco-cosmetics.com



Landwirtschaft ohne Tiere:

*Geht das
überhaupt?*

Auch im Bio-Landbau sind Dünger aus Schlachtabfällen üblich. Manche Landwirtinnen und Landwirte arbeiten stattdessen »biozyklisch-vegan« mit pflanzlichem Dünger. Aber kann das im großen Stil funktionieren — und wäre es sinnvoll?

Clemens Hund ist Bio-Landwirt, seit 20 Jahren produziert er Bio-Äpfel in der Bodensee-Region. Früher machte er immer wieder unliebsame Erfahrungen, wenn er Düngemittel geliefert bekam und die Säcke öffnete: Übelriechende Haarmehlpellets, Hühnerschnäbel, eine Lieferung stank nach verbrannten Autoreifen und einmal habe er sogar einen Teil eines Kuhkopfes entdeckt, erzählt er. Das war vor sieben Jah-

ren, dann hatte er genug: »Ich bin nicht der Verklapper von Schlachtabfällen auf meinen Apfelplantagen.«

Schlachtabfälle als Dünger sind auch auf Bio-Obst- und -Gemüsefeldern gängige Praxis. Denn Hörner und Hufe etwa von Rindern enthalten viel Stickstoff, zu Horngries und Hornmehl vermahlen werden sie auf die Felder ausgebracht. Für den ökologischen Landbau stammen

sie idealerweise von Tieren aus ökologischer Haltung, aber nicht immer. Nur rund zehn Prozent der Bio-Betriebe halten auch Tiere. Zu wenig, um alle Bio-Bäuerinnen und -Bauern, die Obst und Gemüse anbauen, mit tierischen Düngern zu versorgen. Deshalb müssen die meisten Abfälle aus der konventionellen Schlachtindustrie verwendet. Dazu gehören auch Blutmehl, Hühnerschnäbel oder Haarmehlpellets.



Neu ab Herbst 2023!

-  zum Kochen und Backen geeignet
-  fermentiert durch ausgewählte Kulturen
-  kurze Zutatenliste
-  wiederverschließbare Glasverpackung
-  fest & cremig

Sojade

Die vegane Alternative zu Crème Fraîche.

Mehr erfahren unter   oder unter www.sojadebio.de





Nur rund zehn Prozent der Biobetriebe halten auch Tiere. Zu wenig, um alle Biobauern, die Obst und Gemüse anbauen, mit tierischen Düngern zu versorgen. Deshalb müssen die meisten Bio-Bauern Abfälle aus der konventionellen Schlachtindustrie verwenden.

Bio-Landwirt Clemens Hund wollte aus dieser Abhängigkeit ausscheren. Gülle kam für ihn wegen der möglichen Belastung mit Medikamentenrückständen nicht in Frage. Also versuchte er es mit pflanzlichen Alternativen. Es ging mehr, als er anfänglich dachte. Auf dem Markt werden auch pflanzliche Dünger angeboten.

»Es ist nicht mehr Ertrag, aber auch nicht weniger«

Clemens Hund bestellte getrocknete Algen aus Südfrankreich. Inzwischen verwendet er auch Trester aus der Bio-Brauerei, Vinasse, ein Abfallprodukt aus der Zuckerindustrie, zu Pellets gepresste Kartoffelschalen. Zudem sät er Klee gras zwischen seine Baumreihen, was dem Boden ebenfalls Stickstoff liefert. Mit den pflanzlichen Düngern hat er zwar mehr Aufwand, ist aber zufrieden: *»Es ist nicht mehr Ertrag, aber auch nicht weniger und mir geht es gut dabei«*, sagt er. Auch andere Bio-Betriebe sind längst auf diese Wirtschaftsweise umgestiegen, sie nennt sich *»biozyklisch-vegan«* oder *»biovegan«*. Viele von ihnen sind durch eine vegetari-

sche oder vegane Lebensweise motiviert. Manche sind überzeugt, dass die Landwirtschaft sogar vollkommen ohne Tiere auskommt. Doch wie realistisch ist eine Landwirtschaft ganz ohne Tierhaltung, und wäre das überhaupt sinnvoll?

Die Agrarwissenschaftlerin Sabine Zikeli leitet das Zentrum für Ökologischen Landbau an der Universität Stuttgart-Hohenheim. Wie die meisten Agrarexpertinnen und -experten geht sie davon aus, dass sich die Zahl der gehaltenen Tiere bundesweit verringern muss, schon aus Gründen des Umwelt- und Klimaschutzes. In einem Forschungsprojekt untersucht sie, welche Rolle pflanzliche Düngung spielen könnte. Getrennte Schlachtabfälle aus dem Ökolandbau gebe es nicht, dafür sei der Ökolandbau noch zu klein, deshalb nutze man die tierischen Abfälle aus großen Schlachthäusern. Horngrieß etwa komme oft aus dem Ausland, teils nicht mal aus Europa. *»Da stellen sich natürlich eine ganze Reihe von Fragen, ob das dann so ökologisch ist«*, sagt Zikeli.

Die richtigen Nährstoffe liefern

Auf dem Labortisch im Versuchsgewächshaus steht eine Flasche mit Vinasse aus der Zuckerproduktion, Klee gras-Silage, Klee gras-Pellets, sowie Sommer- und Wintererbsen. Besonders vorteilhaft sind die Leguminosen, zu denen Erbsen und Klee gras gehören. Knöllchenbakterien, die eine Lebensgemeinschaft mit den Wurzeln dieser Pflanzen bilden, sind in der Lage, Stickstoff aus der Luft zu binden und für Pflanzen verfügbar zu machen. Diese Eigenschaft nutzen Landwirtinnen und Landwirte, wenn sie Klee gras zwischen Obst- und Gemüsefelder säen oder Klee gras-Pellets ausbringen.

Aber nicht nur Stickstoff ist wichtig. Auch Kalium und Phosphor sind notwendige Nährstoffe. Zikeli und ihre Kolleginnen und Kollegen untersuchen, welche Düngerpflanze wie viele Nährstoffe liefern kann. Weil die Menge und das Timing entscheidend sind, komme es vor allem auf das richtige Düngemanagement des Betriebs an, wenn er pflanzliche Dünger einsetzt, sagt Zikeli.

Wie aus dem
Ei gepellt.



Oder
beerenstark.



*Mit Höflich in Bio-Qualität,
Mehrweg und gutem Gewissen,
wissen woher.*



Erst die Huftritte von Rindern, Schafen und Ziegen und deren Exkremente machen aus den sonst nicht nutzbaren Flächen wertvolle Biotope mit einer einmaligen Pflanzen- und Insektenwelt.

Auch aus diesem Grund räumt Wilhelm Windisch dem biozyklisch-veganen Anbau keine großen Chancen ein: »Es ist schwer, pflanzliche Dünger so zu lagern, dass sie dann auch verfügbar sind, wenn die Pflanze sie braucht.« Der emeritierte Agrarwissenschaftler der TU München hält pflanzliches Düngen zwar für möglich, sieht in der biozyklisch-veganen Anbauweise aber kein Modell für die gesamte Landwirtschaft. Für wirksamer hält er Gärreste aus Biogasanlagen und Wirtschaftsdünger aus der Tierhaltung.

Die Kuh kann aus Gras Protein machen

Auch Windisch weiß, wie dringend die Tierzahl sinken muss. Aber, so Windisch: Ein Verzicht auf Tierhaltung würde bedeuten, dass Ressourcen vergeudet werden. Schließlich kann etwa die Kuh mit ihrem körpereigenen »Bioreaktor«, dem Pansen, aus Gras hochwertiges Protein herstellen. Für Windisch ist deshalb die

Frage entscheidend, welche Kreisläufe es zu schließen gilt. Tatsächlich gibt es bei den pflanzlichen Kreisläufen im bioveganen Anbau noch ungelöste Probleme. Stickstoff und andere Nährstoffe sollten in einem geschlossenen Kreislauf geführt werden. Aber wenn Obst und Gemüse biovegan erzeugt werden, landen die dem Boden entzogenen Nährstoffe bei den Verbrauchenden auf den Tellern und schließlich im Müll oder im Abwassersystem. Möglich wäre es, die Nährstoffe mit dem Klärschlamm der Kläranlagen wieder auf die Felder zurückzuführen.

Grundsätzlich hält Sabine Zikeli eine Landwirtschaft ohne Tiere für möglich. Das ergebe aber keinen Sinn, sagt sie: »In Deutschland nutzen wir aktuell 30 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche als Dauergrünland. Diese Flächen sind Wiesen und Weiden und auf Tierhaltung angewiesen.« Dazu gehören auch steile Almflächen, Moorwiesen und Regionen mit nährstoffarmen Böden. Diese

besonderen Flächen würden ohne Weidetiere ihren Charakter verlieren. Erst die Huftritte von Rindern, Schafen und Ziegen und deren Exkremente machen aus den sonst nicht nutzbaren Flächen wertvolle Biotope mit einer einmaligen Pflanzen- und Insektenwelt. Werden Kulturlandschaften wie die Schwäbische Alb, das Allgäu oder die hochgelegenen Alpen nicht genutzt, verkräutert und verwildern sie. Das ist vor allem aus Sicht des Naturschutzes ein Problem. Wie wichtig der Erhalt von Grünland ist, betont Lars Krogmann, wissenschaftlicher Direktor des Naturkundemuseums Stuttgart. Statt Wiesen mit Gülle zu düngen und dann für Viehfutter zu mähen, wäre es besser, wenn die Nutztiere gleich selbst vor Ort wären, sagt der Insektenforscher. Wenn also Rinder oder Schafe auf den Flächen grasen, statt Heu oder Silage zu fressen. Erst dann entsteht die Vielfalt an Kräutern, Gräsern und Insekten, die es ohne Weidetiere gar nicht gibt. Lars Krogmann sieht aber auch die Gefahr der Überweidung, die partiell immer wieder vorkommt. Deshalb führe an der Reduktion der Gesamt tierzahl kein Weg vorbei, wenn es auf dem Agrarsektor um das Erreichen der Klimaschutzziele geht.

Clemens Hund düngt jetzt seit fünf Jahren ausschließlich pflanzlich. Seine Apfelbäume gedeihen, die Bodenqualität habe sich verbessert, sagt er. Vor allem aber ist ihm wohler damit. ■

MONIKA KOVACSICS/Süddeutsche Zeitung

ALLOS

NATÜRLICH GUT FÜR MICH

NEU
ab Ende Sept.

Mit biodivers
angebautem Hafer
aus Deutschland und
ohne Zuckerzusatz

NEU
ab August

Mit knackiger
Senfsaat, vielseitig
einsetzbar!



UNSERE NEUEN BIO-ORIGINALE

MIT LIEBE & SORGFALT ENTICKELT



*Preisträger ist die
Allos Hof-Manufaktur

www.allos.de



NACHGEFRAGT

Vegane Landwirtschaft

Die Zahl der vegetarisch/vegan lebenden Menschen in Deutschland steigt kontinuierlich. Auch Menschen, die sich nicht rein pflanzlich ernähren, greifen immer häufiger zu pflanzlichen Milch- und Fleischalternativen. Ob die veganen Produkte auch

vegan erzeugt wurden, wird noch relativ selten thematisiert. Es dürfte aber nur eine Frage der Zeit sein, bis auch dieses Thema in den Fokus gerät. Dann würde auch der Bio-Landbau zum Beispiel nach tierischen Düngemitteln und deren Herkunft etc. befragt werden.

→ Wie positionieren sich die Verbände des ökologischen Landbaus zum Thema veganer Landbau? Und gibt es aktuelle oder geplante Unterstützung für Erzeugende, die zukünftig diesen Weg gehen wollen?

»Per se weniger Tiere und Emissionen.«

GERALD WEHDE

*Geschäftsleitung Agrarpolitik
& Kommunikation Bioland e.V.*



Verbände wie Bioland leben von der Vielfalt ihrer Mitglieder. Neben vielen Tierhaltern gibt es daher bei uns auch Betriebe, die rein veganen Landbau betreiben. Sie erhalten dabei fachliche Unterstützung unseres Beratungsteams, auch um neue Marktzugänge für sich zu erschließen. Generell muss die Land- und Ernährungswirtschaft Emissionen einsparen. Dazu gehören weniger Fleischkonsum und niedrigere Tierbestände. Bei Bioland-Betrieben ist der Tierbesatz an die Fläche gebunden, was per se für weniger Tiere und Emissionen sorgt. Die Bio-Weidhaltung erhält zudem artenreiches Grünland, das vielen Wildtieren und -pflanzen ein Zuhause bietet und klimaschädliches CO₂ bindet. Und Bio-Tiere sind fest in den betrieblichen Kreislauf eingebunden: So werden ihre organischen Ausscheidungen zur Düngung der Flächen verwendet. Auf den sehr klimaschädlichen mineralischen Stickstoffdünger verzichten die Bios. So weist der Ökolandbau – wissenschaftlich belegt – eine deutlich bessere Umwelt- und Klimabilanz auf.

»Biokreis-Mitglieder können frei entscheiden, welchen Weg sie wählen.«

JOSEF BRUNNBAUER

Geschäftsführer Biokreis e.V.



Für uns als Biokreis gehören Ökolandbau und Tierhaltung eng zusammen. Neben positiven Aspekten für den Artenschutz und den Erhalt der Kulturlandschaften ist eine angepasste Tierhaltung unerlässlich für eine gesunde Biokreislaufwirtschaft: Sie sichert langfristig und nachhaltig die Bodenfruchtbarkeit und den Nährstoffkreislauf des landwirtschaftlichen Betriebs. Gras und andere landwirtschaftliche Rohstoffe, die nicht für die menschliche Ernährung geeignet sind, können so sinnvoll in die Produktion integriert werden. Regionale Kooperationen zum Austausch von Mist und Futter zwischen tierhaltenden und tierlosen Betrieben erlauben die Spezialisierung und schließen Nährstoffkreisläufe in der Region. Daneben gibt es auch Betriebe, die diese natürliche Leistung der Tiere durch Bewirtschaftungsmethoden ersetzen. Auch das ist im Rahmen unserer Richtlinien möglich. Biokreis-Mitglieder können frei entscheiden, welchen Weg sie für sich wählen wollen. Als Aufgabe des Verbands verstehen wir es, das Segment für bio-vegane Lebensmittel beim Biokreis weiterzuentwickeln.



»Keine Alternative für die gesamte Landwirtschaft.«

HUBERT HEIGL
Präsident Naturland und
BÖLW-Vorstand Landwirtschaft

Der Ökolandbau arbeitet im natürlichen Kreislauf – und Tiere sind ein wichtiger Teil dieses Kreislaufs. Insbesondere die Wiederkäuer sind unverzichtbar. Nur mit ihrer Hilfe können wir Grünland, das in Deutschland 30 Prozent der landwirtschaftlichen Nutzfläche ausmacht, weltweit sogar über 70 Prozent, zur Produktion von Lebensmitteln nutzen. Für einzelne Betriebe mag der bio-vegane Anbau ein erfolgreicher Weg sein, auch bei Naturland gibt es hierfür Beispiele. Eine Alternative für die gesamte Landwirtschaft ist das jedoch nicht. Gerade

mit Blick auf die Welternährung können wir uns nicht erlauben, die großen Ressourcen, die eine flächenangepasste Tierhaltung im Nährstoffkreislauf bietet, links liegen zu lassen. Wir brauchen den Dünger, und wir brauchen die Tiere auch zur Verwertung der großen Mengen nicht essbarer Biomasse, die bei der Produktion pflanzlicher Nahrung unweigerlich anfallen. Funktionieren kann das trotzdem nur mit einer deutlichen Reduzierung des Fleischkonsums. Aber ganz ohne Tiere funktioniert es eben auch nicht.



Halle 7
M25



»Wesensgemäße Tierhaltung ist wichtiges Prinzip.«

JOHANNES KAMPS-BENDER
Vorstand des Demeter e. V.



Die bio-vegane Landwirtschaft gibt es bislang nur in sehr kleinem Maßstab und sie funktioniert auch nur unter bestimmten Gegebenheiten. Für Demeter hingegen gehören Tiere dazu. Nur durch Tierhaltung können die Bäuerinnen und Bauern Stoffkreisläufe schließen und mit einem lebendigen Bodenleben nicht nur beste Ackerfrüchte hervorbringen, sondern auch zur Erhaltung der Artenvielfalt und der Kulturlandschaften beitragen. Ich kann es nachvollziehen, wenn überzeugte Veganerinnen und Veganer es als unvereinbar

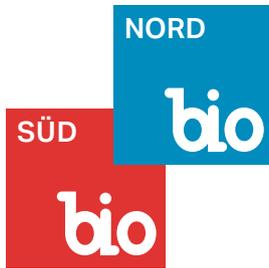
mit ihrer Lebensweise erachten, Gemüse oder Getreide zu essen, das mit tierischem Dünger gedüngt wurde. Doch den Idealen allerer, die lediglich keine tierischen Produkte essen möchten, aber dennoch nachvollziehen können, dass tierischer Dünger für gesunde Böden und nachhaltige Pflanzenproduktion essenziell ist, sollte die nachhaltige Demeter-Landwirtschaft sehr nahe kommen: Die wesensgemäße Tierhaltung ist auf Demeter-Höfen eines der wichtigen Prinzipien!



**ZEIT
FÜR
FRISCHE
IDEEN**

www.sg-ladenbau.de
+49 7133 2297922
Matthias Golze
Dipl. Ing. Innenarchitekt

sg
Ladenbau



Infos zum Messebesuch

BioSüd → 10.09.23
BioNord → 17.09.23



Infostand/Presseinformation

Informationen rund um die Messen für Besuchende, Journalisten und Journalistinnen und Ausstellende.

- **BioSüd** Eingangsbereich Foyer
- **BioNord** Eingangsbereich Halle B5



Hallenplan/Verzeichnis Ausstellende

Ein Hallenplan mit alphabetischem Verzeichnis der Ausstellenden ist an der Tageskasse erhältlich. Das Verzeichnis ist auch im Internet unter der Rubrik ›Ausstellendenverzeichnis‹ und in diesem Magazin auf den Seiten 36 - 39 zu finden.

- **biomessen.info** › biosued › ausstellendenverzeichnis
- **biomessen.info** › bionord › ausstellendenverzeichnis



Neuprodukte

Was gibt's Neues am Markt?

Für Besuchende die möglicherweise spannendste Frage auf jeder Messe. Wir liefern eine übersichtliche Antwort: Den Neuheitenstand in Zusammenarbeit mit ecoinform. Vorabinfos über Neuprodukte gibt es auch im Internet unter:

- **biomessen.info** › biosued › neuprodukte
- **biomessen.info** › bionord › neuprodukte



Auf jeweils eigenen Sonderflächen präsentieren sich auf BioSüd und BioNord neuformzertifizierte Reformwarenanbietende.



Zahlreiche Ausstellende auf BioSüd und BioNord bieten Produkte und Serviceleistungen für Bio-Gastronomie, Catering und Großverbrauch an. Sie sind am Logo ›BioGastro‹ auf dem Standnummern-Schild zu erkennen.



Ausstellende mit Angeboten für den selbstständigen Einzelhandel sind mit ›SEH‹ gekennzeichnet.



Kostenfreie Kurzberatung

Serviceangebot für den Fachhandel

In Kooperation mit den BioMessen bietet die Kommunikationsberatung Klaus Braun Händlerinnen und Händlern die Möglichkeit, den Messebesuch mit einer kostenlosen Kurzberatung zu verbinden. Ob Wirtschaftlichkeit, Markt- und Strategieentwicklung oder (Online-)Marketing: Im Einzelgespräch gibt es eine professionelle Rückmeldung zu individuellen Fragen und aktuellen Projekten. Interessierte können unter braunklaus.de vorab einen Termin vereinbaren oder direkt auf der Messe vorbeischaun.

- **BioSüd** 5-C17
- **BioNord** B5-E26



Zutritt nur für Fachpublikum

Der Besuch der BioSüd und BioNord ist nur für Fachpublikum zum Beispiel aus Handel, Herstellung, Erzeugung, Dienstleistung möglich. Als Nachweis dient ein Gewerbeschein oder eine Einladung eines ausstellenden Unternehmens. Die Zulassung zum Besuch der Messe liegt im Ermessen des Veranstalters. Ein Produktverkauf findet auf den Messen nicht statt.

Wir bitten um Verständnis, dass in den Messehallen keine Trolleys oder Rollkoffer und keine Tiere mitgeführt werden dürfen.



→ So funktioniert der Messebesuch

Wenn bereits ein Ticketcode vorliegt:

- 1 Auf die Website biomesen.info gehen und oben rechts auf den Menüpunkt »Tickets« klicken.
- 2 Die BioMesse auswählen, für die der Ticketcode gültig ist.
- 3 Im Ticketshop den Ticketcode eingeben – bis zu vier Personen können in diesem Vorgang angemeldet werden. **Wichtig:** Jeder Ticketcode ist nur für einen Bestellvorgang gültig.
- 4 Die Eintrittskarte und Rechnung mit QR-Code werden an die angegebene E-Mail-Adresse gesendet (bitte auch im Spamordner nachsehen, wenn nichts ankommt).
- 5 Der QR-Code ist die Eintrittskarte. Bitte auf dem Handy oder als Ausdruck zur Messe mitbringen.

→ Ohne Ticketcode:

Vor Ort: Mit Fachbesuchenden-Nachweis können auch an der Tageskasse Eintrittskarten (20€) gekauft werden. **Online vorab:** Bitte spätestens vier Tage vor der Messe eine Akkreditierungsanfrage stellen. Das lässt sich auf der Website biomesen.info schnell erledigen.



Norddeutschlands erste und älteste
Bio- und Demeter-Bäckerei –
Ihr Partner für tagesfrische Backwaren



Werden Sie Bahde-Verkaufspartner
Wir bieten Ihnen individuell angepasste
Verkaufskonzepte, persönlich auf
Sie und Ihre Wünsche zugeschnitten.

Besuchen Sie uns auf der BioNord
STAND B5-C21 | www.bahde.de





BioSüd → Halle 5+7



Uhrzeit

9.00–17.00 Uhr



Eintritt

Tageskasse 20€ oder Online-Akkreditierung vorab auf biomessen.info



Adresse

Messe Augsburg, Halle 5 + 7
Am Messezentrum 5, 86159 Augsburg



Adresse für die Navigation

Am Messezentrum 5, 86159 Augsburg



Anfahrt

Die Messe Augsburg ist von allen Zufahrtsstraßen ausgeschildert.



Parken

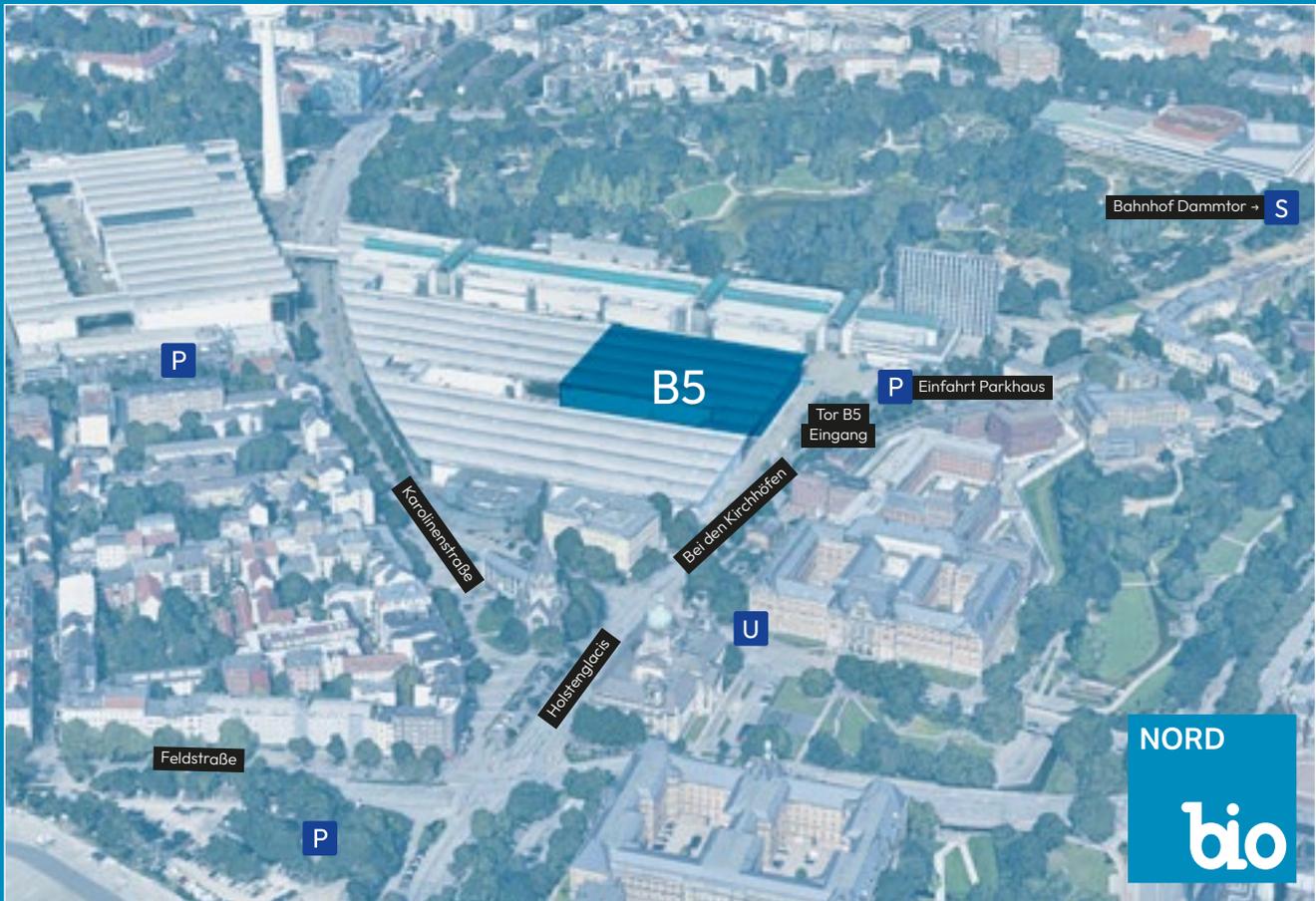
Parkplätze direkt am Messegelände.



Mit Bahn & öffentlichem Nahverkehr

Für Besuchende und Gäste der BioSüd steht in diesem Jahr ein kostenloser Bus-Shuttle vom Bahnhof-Augsburg zur Messe BioSüd zur Verfügung. Die Busse fahren im Pendelverkehr:

07.30 Uhr bis 11.00 Uhr alle 15 Minuten
11.30 Uhr bis 15.00 Uhr alle 30 Minuten
15.00 Uhr bis 18.00 Uhr alle 15 Minuten
letzter Bus um 18.30 Uhr zwischen Bahnhofsvorplatz/Busbahnsteig und der Messe BioSüd.



BioNord → Halle B5



Uhrzeit

9.00–17.00 Uhr



Eintritt

Tageskasse 20€ oder Online-Akkreditierung vorab auf biomessen.info



Adresse

Messe Hamburg, Halle B5
Bei den Kirchhöfen 1, 20357 Hamburg



Adresse für die Navigation

Bei den Kirchhöfen 1, 20357 Hamburg



Anfahrt

Die Messe Hamburg ist von allen Zufahrtsstraßen ausgeschildert.



Parken

Begrenzte, kostenpflichtige Parkmöglichkeiten vorhanden, z.B. Tiefgarage Bei den Kirchhöfen.



Mit Bahn & öffentlichem Nahverkehr

Vom Dammtor-Bahnhof aus der Marsfelder Promenade links vom Hotel Radisson in Richtung Messe Ost folgen. In die Straße Bei den Kirchhöfen abbiegen und durch Tor B5 auf das Messegelände gehen. Mit der U2 bis Messehallen fahren und dann rechts in die Straße Holstenglacis, nach 200 m durch das Tor B5 auf das Messegelände gehen.

MARKE	BIOSÜD
4peoplewhocare	7-P06
Abilat	5-B40
AcanChia	5-A25
Adelholzener	5-C04
agava Karin Lang	5-D18
ALB-GOLD	5-C26
Alberts – Purvegan	5-G27
Alfred Schladerer	5-A21
Allgäuer Ölmühle	7-L13
Allos	7-M02
AlmaWin	7-P03
Alsitán	7-N26
Altomayo	5-D01
Amico Bio SeARL	5-F05
Andechser	7-L12
Antersdorfer Mühle	5-E17
Arche	5-B03
Aries	7-N02
Aromandise	7-P28
Aronia ORIGINAL	7-K28
ARTWERK Bio Brandy	5-C25
ARYA LAYA	7-P34
Attila Flöricke	7-P27
Aurora	7-M23
Ayluna	7-P04
Backensholz	7-M18
Bad Dürrheimer Mineralbrunnen	7-K12
Barnhouse	5-D23
Bartke	5-D03
Bastiaansen	5-B24
Bauck	5-F02
Bauholz Ursprung	5-C21
Bavaria Sweets	7-L18
Bayerisches Bio-Siegel	7-L14
BEN&ANNA Natural Care	7-N06
benecos	7-P14
Berg Brauerei	7-M26
Berghof Käseerei	5-B38
Bergland	7-P15

MARKE	BIOSÜD
Candela	7-M03a
Cattier – Kneipp	7-N12
Cha Dó	5-E22
Chiemgauer NK	5-A12
Chocolatemakers	5-G01
Claus	5-E24
Cleo's	7-K30
Clostermann	5-F01
Coconilla	7-N04b
Costbar Bio Vegan Pur	7-K31
Coteaux Nantais	5-F07
D'Angelo Pasta	5-G13
Dachswanger Mühle	7-M28
Davert – Midsona	5-C11
De Rit	7-M02
Deanocciola	7-K36
DEFU – Das Tierfutter vom Bio-Bauern	5-G06
Demeter e.V.	5-E04
Demeter Felderzeugnisse	5-G06
dennree	5-E12
der Holzhof	5-E10
Destillerie Farthofer	7-M13
Die kleine Mühle	7-L22
Die Regionalen	5-B18
Dinkelnudel Moser	7-L31
Donath-Mühle	7-N15
Donastrudel	5-B01
Dorfkäserei Geifertshofen	5-B22
Dr. Goerg	5-F17
Dr. Hauschka	7-N08
Dr. J. Budwig	7-P30
Dr. Niedermaier	7-N30
Dr. Wolz	7-N17
dreher bio	5-E02
Eco Cosmetics	7-N14
Eco Plus	5-A41
Ecostoof	5-A18
el rojito	7-K24
EntoSus	7-N04c

MARKE	BIOSÜD
Hampstead Tea	5-A18
hanf&natur	7-M24
HäppySnäx	5-B31
Härdtner	5-G08
Hari Tea	7-K16
Harting & Tovar	Foyer
HEDI Naturkost	5-A01
Heilerde Luvos	7-N13
HERMANN.BIO Fungji Pad	7-K34
Herrmannsdorfer	5-E15
Heuschrecke	7-K32
Hiestand.wine	5-A23
Höflich Bio Spirituosen	5-C02
Hopffisterei	5-B06
Hollala	5-D14
Holle	5-G15
Holzschmiede	5-D26
Hoodammer	5-F25
Hornberger Lebensquell	5-G21
Hübner	7-N28
Hügli	7-L32
Hülsenreich	7-M03
HUOBER	5-E05
Il Cesto	5-A08
IMS Höllinger	5-C18
Jentschura	7-P32
Juffinger Bio-Metzgerei	5-E11
K-Philus	5-B29
Kanne	5-B32
Kappelbauer	7-K02
Karl's Crackers	5-A18
Karmage	7-K23
Käserbellen	5-C10
KEIKO Shimodozono	5-A17
Kerler	7-P19
KG Pommerland	5-F22
Kia-Charlotta	7-P08
Klaus Braun	5-C17
Kleinste Suppenfabrik	5-A18

MARKE	BIOSÜD
Mauracher	5-E20
MealGood	7-M08b
MEDIHEMP	7-P24
Messteam 24	7-N10
mind sweets	5-A13
Mogli	5-B36
Molin	7-L19
Mondobio	5-A07
MONKI – HORIZON	5-G10
Monviso Group	5-B19
Moosmed Cosmetics	7-P12
MorgenLand/EdgeSun	5-D08
Mount Hagen	5-D13
Münchner Kindl Senf	7-L16
Murnauer Kaffeerösterei	7-K13
Mutter Natur	5-F08
MyCupOfTea	5-E22
myvial	7-M09
Nabio	5-D10
NaraFood	5-A20
NaschNatur	5-G18
Natumi	5-F16
Natur Compagnie	7-L32
Natura Werk	7-N22
Naturata	5-E08
NaturGut	5-F20
Naturland Cafe	5-C01
Naturland Zeichen	5-B02
Neuprodukte	7-M04
Neuseelandhaus	7-N17
NICAMA	7-N04
Niyok	7-N09
norderd Pure Organic Vodka	5-C18
Nur Bio – Niederländischer Pavillon	5-A18
nur puur bio	5-A04
Nürnberg Bio Originale	5-B27
Obsthof Blank	7-K01
Oegema	7-K05

MARKE	BIOSÜD
Samen Maier	7-P38
SAN VICARIO	5-G31
Sanchon – Fredos	5-G16
Santaverde	7-P26
Sapinca – Good Rootz	5-A18
Schalk Mühle	5-B12
Schedel	5-D04
schenk GOLZE Ladenbau	7-M25
Schlicher Käse	7-K20
Schleizer	7-K02a
Schnitzer gluten-free	5-G25
Schrozberg	5-F04
Schubert	7-L25
Schwarzwaldmilch	5-B20
Schweizer Sauerkonserven	5-F29
sell g'machts	5-D06
SGWH Schweizer Genossenschaft	5-B38
Smart Organics	7-M11
Söbbeke	7-L27
Sodasan	7-N10
Solaris Bio Tee	7-K18
Sommer	5-G17
Sonett	7-N16
Sonnenrot	5-A16
SOTO	5-A35
Soyana	5-A31
Speick Naturkosmetik	7-P02
Speisekleid	7-L01
Spicebar	5-C20
Spielberger	5-F09
St. Leonhards	7-L07
STYX	7-N18
SweMa	5-G05
Taifun-Tofu	5-F18
Tantely	5-F11
TARABAO – Bio.Fair.Direkt	5-D12
teethlovers	7-N04a
tempehmanufaktur	7-M10
TerraSana	5-G29

Bettina's Keimbackstube	7-L09		
Beutelsbacher	5-G20		
BGL Milchwerke Berchtesgadener Land	5-C05		
Bingenheimer	5-E06		
BIO AUSTRIA	5-C18		
bio verlag	5-C19		
Bio-Imkerei Margot Erber	5-B10		
Bio-Schaukäserei	7-L06		
bio-verde – ISANA	5-A02		
Bio123.de	5-A11		
BioBistro Vegetalis	5-C30		
Bioboom Magazin	Foyer		
Biogarten	7-M12		
BIOGAST	5-C18		
BioGourmet	5-E05		
Biohof Lex	5-B10		
Biokreis	5-E09		
Bioland	7-M14		
Biolandhof Klein	7-L30		
BioLotta	5-C22		
BioPlizland	5-D19		
Biopolar & BioCool	5-C12		
Bioreal	5-B05		
Bioturm	7-P05		
Biovegan	5-A33		
Birkengold	5-A27		
Bits & Bytes	5-E27		
Bitterkraft	7-P17		
Black Forest Mineralwasser	5-E26		
Blütenland Bienenhöfe	7-K27		
BNN	5-D26		
BODAN	5-B16		
Bohlsener Mühle	5-D24		
Bonafede	5-D01		
Brauerei Heller	7-M06		
Brick Gin	5-D02		
Brüllsauer Käse	5-B38		
Bunte Burger	7-K07		
Byodo	5-D22		
Cachuu!	7-M08c		
Café – Herzstück Horgau eG	7-L23		

F

ErdmannHAUSER	5-E03		
ETISYS	7-N23		
Eubiona	5-E24		
ezzich Bio Essigmanufaktur	7-M01c		
fairafic	5-D05		
fairfood – fair to the roots	7-L11		
Fairtainment	Foyer		
Farfalla	7-P11		
Fattoria Vegetale	5-F06		
FBM	5-D11		
FITNE	7-N21		
Flevosap	5-A18		
followfood	5-B09		
foodie & friends	5-G12		
Forum für Vorträge	5-B26		
Freiherr v. Perger	5-E19		
Freiländer Bio Geflügel	5-E13		
Friesenherz	5-E22		
Fritz Mühlenbäckerei	7-M15		
froobie food	7-M27		
Funsch Marzipan	5-E07		
Fürnis	7-P10		
FZ Organic	5-B34		
Gelato Classico	5-G02		
Georg Thalhammer	5-E14		
GEPA	5-C03		
Gesgu	7-M01b		
Ghee Easy	5-A15		
Gildo Rachelli	5-G06		
Goldblatt – pflanzliche Bio-Spezialitäten	5-C18		
Good Biotics	7-N02a		
Gourmet Flammkuchen	7-K09		
Green Heart – Wojnars Leckerbissen	5-C13		
Greenlotus	7-L04		
Grossmann Feinkost	5-F10		
Grünhof	5-F12		
Gruppo Germinal	7-K36a		
GSE	7-N21		
guterrat	7-L33		
hakopaxan – Regionalgroßhandel	5-A10		

H

Kolakao – KoffeinKakao mit Kolanuss	7-L35		
Kornkreis	7-M16		
Kreuznacher Senfwerk	7-M03d		
Kreyenhop & Kluge	5-D09		
l'Angélus	5-F23		
La Gioia – Quelle der Freude	7-K21		
Lammsbräu	5-G11		
Landfrau	7-K03		
Landgarten	5-A19		
Landkäseerei Herzog	7-M20		
Landkäseerei Neuwies	5-B38		
landluft.bio	7-L08		
Landmacher	7-L28		
Landshuter Kunstmühle	5-C06		
LaSelva	5-B04		
LAURETANA	5-A29		
Lebensbaum	7-K26		
Legomo	7-M08a		
Liebelei Liköre	7-L20		
Liebler-Latzko	7-K08		
Lifefood	5-D07		
Lima	5-F16		
Lisa's Choice	5-A18		
littlilunch	7-M02		
livQ – Bio-Essenzen und Bierhefe	7-P23		
Löcke's	7-M22		
Loggä	7-M03e		
Lovehock	5-C16		
M. Reich – Basische Produkte	7-P25		
Machandel	5-F13		
Maintal Konfitüren	5-C24		
Makri	7-K25		
MaMaJu	7-M03b		
Mamma Natur	7-M01		
MANI Bläuel	5-B07		
Manu's	7-M06		
Maria & Franz Pfand	5-F27		
Marschland	7-L29		
Matchachin	7-M06		

M

OEL Berlin	5-A37		
Ökoland	5-D25		
Ökoring	7-K04		
Ökoring	7-L10		
Ökoring Gastro	7-L05		
Ökoptopia	5-A09		
Ökovital/Rösner	7-L02		
ÖMA	5-D21		
ONOFF SPICES	5-A18		
Organic, Friends & Sports	7-K29		
Ostmost & Waysa	5-A03		
p+w	7-P27		
Partisan Vodka	5-D02		
Pasta Nuova	7-K22		
peaceful delicious	5-E16		
Pfeiffers – Bio Classics	7-M01a		
PHYT'S – GAMARADE	7-P29		
PI® Technology Europe	5-A29		
Plize Wohlrab	7-M06		
Plose Quelle	7-L17		
Primavera Life	7-N05		
Pural	5-E24		
Quellmed	7-P36		
Raab	7-N24		
Rabenhorst	7-K14		
Rebel Meat	7-K11		
Reformhaus eG	7-N17		
Reformhaus Marketing	7-N17		
Reformkontor	7-N17		
Reinsaat	5-E01		
Renchtalbrennerei	7-L21		
Riegel Weine	5-C23		
Rimoco	5-F24		
Gewürzmanufaktur			
Rinklin	5-B18		
Rohstoff	7-L01a		
Rosenfellner	5-A39		
Rosengarten	5-A06		
Ruger Bio Feinkost	5-B21		
Saatgutfonds – Zukunftsstiftung	5-E30		
Saling	7-N07		
Salus Gruppe	7-N19		

P

Q

R

The Ginger Juice	5-F26		
Thise Mejeri	5-E25		
Tlaxcalli	5-A24		
Trafo	5-B34		
Tressbrüder	5-F03		
Turtle better breakfast!	7-K15		
TZAMPAS	5-A05		
Unertl	5-C08		
Urtekram Naturkosmetik	5-C11		
Vallée Verte	5-A22		
Vegeat	7-M06		
Veilke!	5-B20		
Verlagshaus Gutekunst	7-P21		
VILSA	5-E32		
Vita Verde	5-C14		
VITAM	5-A26		
Vivani, iChoc – EcoFinia	5-G14		
Voelkel	5-G04		
Voi Guad Bio	5-E21		
We Love The Planet	7-N20		
Wechsler Feinfisch	5-B08		
Weingut Schwarztrauber	7-L01		
Weißenhörner	7-M21		
WeitPartner	5-B14		
Wheaty – TOPAS	7-K19		
Wholey	7-K10		
Widerker GUA	7-K06		
Wikana	7-L34		
WohlfühWieh	7-M03c		
Wurdies	5-G22		
Würth Biokäse	5-B30		
Yarrah Tiernahrung	5-G19		
Yogi Tea	5-E18		
zeitfürbio	7-M06		
Zintenz	5-D16		
Zirbenkissen	7-P01		
Zotter	5-B28		

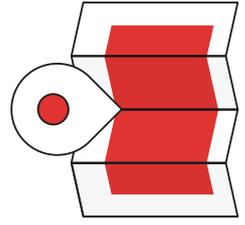
U

V

W

Y

Z



MARKE	BIONORD
1001 Gewürz	B5-C27
a-tec	B5-H18
agava Karin Lang	B5-G31
Allos	B5-F19
AlmaWin	B5-G07
Alsitán	B5-G22
Altomayo	B5-G01
Amico Bio SeARL	B5-F06
Andechser	B5-F12
Antersdorfer Mühle	B5-D09
Arang	B5-C27
Aries	B5-H04
Aroma Olymp	B5-H16
Aronia ORIGINAL	B5-F22
ARTWERK Bio Brandy	B5-G33
ARYA LAYA	B5-G23
Attila Flöricke	B5-G18
Augustin	B5-F10
Aurora	B5-B14
Ayluna	B5-H08
Backensholz	B5-B13
Bäckerei Bahde	B5-C21
Backstube Bremen	B5-F11
Barnhouse	B5-A24
Bastiaansen	B5-E13
Bauck	B5-C23
Bauckhof	B5-C10
Bauholz Ursprung	B5-D25
Bavaria Sweets	B5-B37
BEN&ANNA Natural Care	B5-G08
benecos	B5-H10
Beutelsbacher	B5-H26
BGL Milchwerke Berchtesgadener Land	B5-A06
BID Brudertier ID	B5-C08
Bio Obst Münch	B5-F09
Bio Pilzhof	B5-A11
bio verlag	B5-D23
Bio-Bistro	B5-C28

MARKE	BIONORD
Dr. Niedermaier	B5-H19
Dr. Wolz	B5-G21
Eco Cosmetics	B5-G05
el rojito	B5-D04
Elbmüller	B5-C27
Elbwild	B5-C27
EntoSus	B5-E08d
fairfood – fair to the roots	B5-B39
Fairtainment	B5-F01
Fattoria Vegetale	B5-C02
FBM	B5-B36
FITNE	B5-G15
followfood	B5-A10
foodie & friends	B5-H30
Forum für Vorträge	B5-F27
Freiländer Bio Geflügel	B5-D15
Funsch Marzipan	B5-H28
Fürnis	B5-H06
FZ Organic	B5-F04a
Gelato Classico	B5-F03
Genuss ohne Reue	B5-B20
Georg Thalhammer	B5-D11
GfRS	B5-C15
Ghee Easy	B5-E30
Gildo Rachelli	B5-F17
Gläserne Molkerei	B5-A12
GLS Bank	B5-E15
Green Heart – Wojnars Leckerbissen	B5-B38
Greenlotus	B5-B34
Grell Naturkost	B5-C20
Grünhof	B5-B23
GSCI Services	B5-C07
Gut Krauscha	B5-B08
GUTTING	B5-C20
hamburg.bio	B5-C11
Hamfelder Hof	B5-C12
Handmade Food HH	B5-G15
hanf&natur	B5-B12

MARKE	BIONORD
Kreyenhop & Kluge	B5-E14
La Gioia – Quelle der Freude	B5-G29
Lammsbräu	B5-H15
Landgarten	B5-F33
Landkäserei Herzog	B5-B15
Landkrone	B5-H22
LaSelva	B5-A04
LAURETANA	B5-G30
Lebensbaum	B5-H25
LENN & LEVIA	B5-H02a
Liebelei Liköre	B5-B31
Lifefood	B5-F01
Little Cow & Cookies	B5-F29
littlelunch	B5-F19
Lovechoc	B5-F23
Mad Lab	B5-B30
Makri	B5-G35
MalikMint	B5-D05
Mamma Natur	B5-E08c
MANI Bläuel	B5-A01
Männl Urbackstuber	B5-F20
Manu's	B5-D06
Marketinggesellschaft Niedersachsen	B5-E07
Marschland	B5-B02
Matchachin	B5-D06
Meierei Horst	B5-C25
Meisterhönig	B5-A15
Messteam 24	B5-H13
mind sweets	B5-F25
Misses Mie & Mister Mie	B5-D06
Moin	B5-B16
Mondobio	B5-E03
MONKI – HORIZON	B5-G03
Moosmed Cosmetics	B5-H12
MorgenLand/EdgeSun	B5-E12
Mount Everest Tea Company	B5-F30
Mount Hagen	B5-C18
nabuko	B5-C13

MARKE	BIONORD
Sanchon – Fredos	B5-B29
Schedel	B5-A18
Schilcher Käse	B5-F24
Schröder's Bio-Fleisch	B5-C09
Schrozberg	B5-F08
Schütt Biogemüse	B5-B11
Slottke Backwaren	B5-F20
Smart Organics	B5-A26
Söbbeke	B5-B10
Sodasan	B5-H13
Sommer	B5-A34
Sonett	B5-H03
Sonnenrot	B5-G32
SOTO	B5-A23
Spa Vivent	B5-G04
Spielberger	B5-F05
Sprössling Babybrei	B5-C27
St. Leonhards	B5-B26
stick & lembke	B5-H05
SweMa	B5-A27
Taifun-Tofu	B5-G17
Tantely	B5-B18
Taste of Nature	B5-A31
TeaBlobs	B5-D05b
teethlovers	B5-E08e
TerraSana	B5-D19
Teufelswerk & Engelsgabe	B5-C03
Thise Mejeri	B5-A16
Tofu Nagel	B5-C05
Trafo	B5-F04a
Turtle better breakfast!	B5-B32
Upländer Molkerei	B5-A19
Urtekram Naturkosmetik	B5-D21
Vallée Verte	B5-F34
Verlagshaus Gutekunst	B5-H02
Viking Crackers	B5-E08a
VILSA	B5-F26
VITAM	B5-H21
Vitaquell	B5-H22

Bio-Fleischerei Fricke	B5-C14
Bio-Schaukäserei	B5-B19
bio-verde – ISANA	B5-D17
Bioasien	B5-A03
Bioboom Magazin	B5-F01
Biogarten	B5-H07
Biokreis	B5-D13
Bioland	B5-B09
BioLotta	B5-D12
BioPilzland	B5-A21
Biopolar & BioCool	B5-A05
Biovegan	B5-H27
Birkengold	B5-H21
Bits & Bytes	B5-E04
Blattfrisch	B5-F04
Blütenland Bienenhöfe	B5-B03
BNN	B5-D14
Bode Naturkost	B5-F14
Bohlsener Mühle	B5-C16
Byodo	B5-B33
Candela	B5-D05c
Chocolatemakers	B5-F15
Cleo's	B5-B41
Clostermann	B5-F02
Coconilla	B5-D05d
D'Angelo Pasta	B5-G13
Davert – Midsona	B5-D21
De Rit	B5-F19
DEFU – Das Tierfutter vom Bio-Bauern	B5-F17
deinHofmarkt.de	B5-E02
Demeter Feldzeugnisse	B5-F17
Demeter im Norden	B5-F07
dennree	B5-F21
der Holzhof	B5-E06
Die Regionalen	B5-F31
Donastrudel	B5-A14
Dr. Goerg	B5-F16
Dr. Hauschka	B5-H11
Dr. J. Budwig	B5-H24

C

D

HäppySnäx	B5-G15a
Harder Reform	B5-H20
Harder Reform	B5-H21
Härdtner	B5-A25
Hari Tea	B5-B28
Harting & Tovar	B5-D02
Haselherz	B5-G02
Heilerde Luvos	B5-G09
Herbathek	B5-F36
herzberger bäckerei	B5-B40
Heuschrecke	B5-B27
Hof Butendiek	B5-B07
Hof Dannwisch	B5-F13
Höflich Bio Spirituosen	B5-B25
Hofmolkerei Dehlwes	B5-C22
Hollala	B5-E10
Holle	B5-A36
Holzschmiede	B5-D14
Hornberger Lebensquell	B5-A30
Hübner	B5-G24
Hügli	B5-G26
Il Cesto	B5-C06
Inselmeierei Pellworm	B5-C27
j.kinski	B5-H31
Jentschura	B5-G20
Jislaine Naturkosmetik	B5-H14
JO Snack	B5-D05a
Kanne	B5-G27
Käse Kober	B5-C27
Käserellen	B5-A08
KEIKO Shiodozono	B5-H32
Kirsch Import e.K.	B5-E11
Klaus Braun	B5-E26
Kolakao – KoffeinKakao mit Kolanuss	B5-G34
Kompetenznetzwerk Niedersachsen	B5-E07
Kornkraft	B5-C29
Kost Kamm	B5-G11
Kraftsuppe Hamburg	B5-C27

I

J

K

NaraFood	B5-B35
Natur Compagnie	B5-G26
Natura Werk	B5-G28
Naturata	B5-D03
Naturkost Kontor Bremen	B5-E05
Naturland Café	B5-A07
Naturland Zeichen	B5-A09
Neuprodukte	B5-E01
Neuseelandhaus	B5-G21
Niyok	B5-H01
NK Elkershausen	B5-F31
NK Nord	B5-C08
oceanBASIS	B5-H09
Ogaenics Bio-Nahrungsergänzung	B5-A17
Ökoland	B5-A20
Ökoptopia	B5-B42
Ökovolta/Rösner	B5-D01
Ölmühle Solling	B5-A13
ÖMA	B5-A22
Organic, Friends & Sports	B5-A29
Original Beans	B5-D07
Ostmost & Waysa	B5-C01
p+w	B5-G18
Palacios & Palacios	B5-E08
PHYT'S – GAMARADE	B5-H05a
Pl® Technology Europe	B5-G30
Plize Wohlrab	B5-D06
Pinkus	B5-C35
Quellmed	B5-G25
Rabenhorst	B5-F18
Rebel Meat	B5-E22
Rebional	B5-C17
Reformhaus eG	B5-G21
Reformhaus Marketing	B5-G21
Reformkontor	B5-G21
Regionalwert AG	B5-C27
Riegel Weine	B5-F28
Rosengarten	B5-B04
Ruger Bio Feinkost	B5-H17
Salus Gruppe	B5-G19

O

P

Q

R

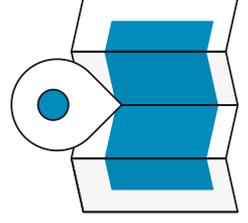
S

Viva con Agua	B5-C20
Vivani, iChoc – EcoFinia	B5-H23
VivoLoVin	B5-F32
Voelkel	B5-C19
Vulkan Brauerei	B5-B30
We Love The Planet	B5-G12
Wechsler Feinfisch	B5-A02
Weingut Schwarztrauber	B5-B05
Weißenhorn	B5-B17
Wheaty – TOPAS	B5-E19
Wholey	B5-E20
Wikana	B5-B06
Wildwuchs	B5-C24
Wohlfühlvieh	B5-E08b
Wünsch Dir Mahl	B5-B01
Würth Biokäse	B5-C04
Yarah Tiernahrung	B5-A32
Yogi Tea	B5-E09
zeitfürbio	B5-D06
Zotter	B5-H29

W

Y

Z



Nachhaltig Ökologisch Kreativ



Die Bio-Agentur

STRATEGIE
TEXT
GESTALTUNG
WEB-DESIGN
MAGAZINE
MESSEN
EVENT

Mit kreativer Kommunikation tragen wir unseren Teil dazu bei, immer mehr Menschen für Bio, ökologische Produkte und einen nachhaltigen Lebensstil zu begeistern.

Mit unseren Kund:innen verbindet uns die Mission, mehr Bio, mehr Ökologie, mehr Nachhaltigkeit Wirklichkeit werden zu lassen: Mit coolem Packaging Design, informativen Magazinen, überzeugenden Websites, auf (Bio)Messen und und und ...



Für unsere Kundinnen und Kunden realisieren wir das gesamte Spektrum einer Full-Service Agentur — immer vorausgesetzt, es geht um Ökologie und Nachhaltigkeit.

→ Mehr zu unserer Arbeit, aktuellen Projekten und was unsere Kund:innen über uns sagen:

 [HARTING-TOVAR.DE](https://www.harting-tovar.de)

Reformhaus

**Natürlich
besser**

... für mich!

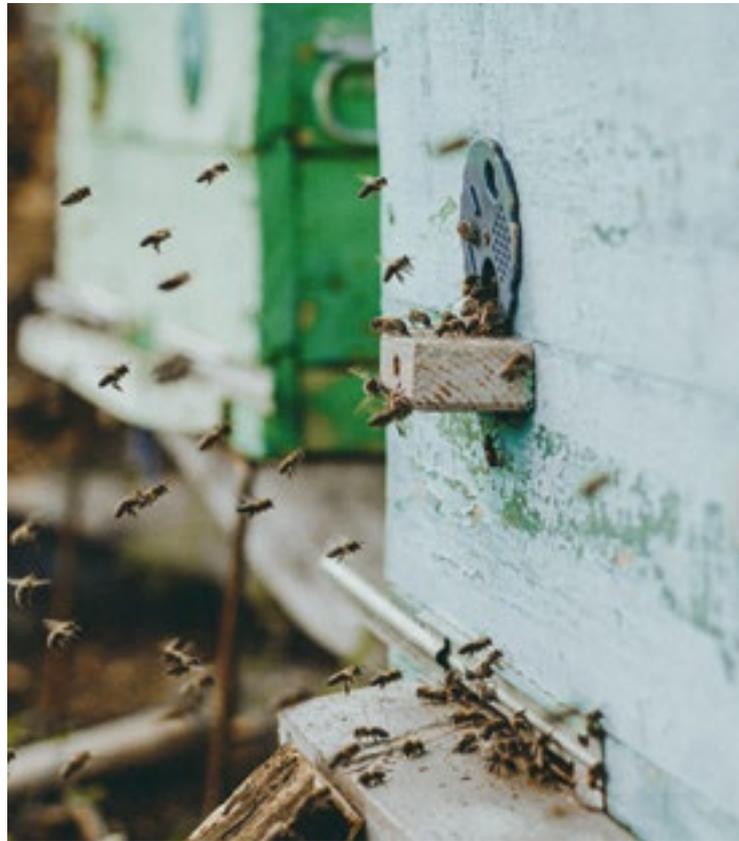
Das führende Fachgeschäft
für **ganzheitliche Gesundheit** und
natürliche Schönheit
mit **hoher Beratungskompetenz.**



WWW.REFORMHAUS.DE

Nur starke Gemeinschaften überleben im

KOMMENTAR
RAINER PLUM – VORSTAND REFORMHAUS E.G.



Eine Erfolgsgeschichte dafür bietet das Reformhaus®. Die bereits 1927 gegründete Genossenschaft stellt bis heute die Organisationsform der Reformhäuser dar. In diesem Verbund haben die Reformhäuser den massiven Auswirkungen von zwei Weltkriegen, zahlreichen Wirtschafts- und Gesellschaftskrisen und einem ständigen Wandel im Verhalten der Kund:innen immer notwendige Anpassungen entgegengesetzt, ohne die eigenen Werte und die Kernkompetenz zu verlieren oder aufzugeben.

Gemeinsam am Markt

Eine genossenschaftliche Kooperation bietet sich immer dann an, wenn das Verfolgen eines wirtschaftlichen Ziels die Leistungsfähigkeit der Einzelnen übersteigt, zugleich aber die selbstständige Existenz gewahrt werden soll. Mit Hilfe der gemeinschaftlich betriebenen Genossenschaft und ihrer Tochterunternehmen Reform-Handels Kontor und ReformhausMarketing wird die wirtschaftliche Tätigkeit der Genossenschaftsmitglieder ergänzend

unterstützt. Die Mitglieder der Reformhaus eG treten gemeinsam am Markt auf, um günstige Absatz- und Beschaffungskonditionen zu erlangen oder betriebliche Funktionen effizienter und qualitativ besser ausüben zu können.

Betriebswirtschaftlich effizient

Genossenschaften haben sich im Verlaufe ihrer bereits mehr als 150-jährigen Geschichte in den verschiedensten Märkten etabliert und sich dabei in Größe und Struktur unterschiedlich ausgebildet.

(Verbünde) Kapitalismus



Allen Genossenschaften ist jedoch gemein, dass die Mitglieder zugleich Eigentümer:innen und Kund:innen ihrer Genossenschaft sind. Besonders an Genossenschaften ist zudem, dass diese zur wirtschaftlichen Förderung ihrer Mitglieder unterhalten werden. Im Vordergrund steht somit der genossenschaftliche Förderzweck und nicht die Zahlung einer Rendite. Dies bedeutet jedoch keineswegs, dass Genossenschaften keine Gewinne erwirtschaften. Auch eine Genossenschaft muss sich marktkonform und betriebswirtschaftlich effizient verhalten, um im Wettbewerb bestehen und die Mitglieder langfristig fördern zu können.

Geschützt vor Dominanz und Übernahmen

In einer Genossenschaft schließen sich die Mitglieder freiwillig zusammen, um gemeinsam zu wirtschaften. Die Genos-

senschaft wird von Personen geführt (Vorstand und Aufsichtsrat), die selbst Mitglied der Genossenschaft sind. Die grundsätzlichen Entscheidungen werden in der Genossenschaft in der Generalversammlung der Mitglieder getroffen. Hier hat jedes Mitglied unabhängig von seiner Kapitalbeteiligung nur eine Stimme. So ist die Genossenschaft vor der Dominanz einzelner Mehrheitseigner und damit auch vor »feindlichen Übernahmen« geschützt.

Die erfolgreiche Zukunft von Reformhaus® liegt weiterhin in einem starken Verbund aller Mitglieder und Partner:innen. Dadurch wird sich der Fachhandels-Markt Reformhaus® auch in Zukunft weiter entwickeln und gegenüber SB-Supermärkten und Onlinehandel erfolgreich profilieren können. ■



Besuchen
 Sie uns auf
 der BioNord
 B5-H22

VITAQUELL – Ihr Partner für vegane und vegetarische Bio Produkte

Als traditionsreicher Spezialist für pflanzliche Lebensmittel entwickelt und produziert Vitaquell seit mehr als 100 Jahren Produkte, die auf die Bedürfnisse von Vegetariern, Veganern und gesundheitsbewussten Genießern zugeschnitten sind. Neben Margarinen und Ölen gibt es Aufstriche, Salate und Convenience-Gerichte für die schnelle Küche. Produkte für den veganen und vegetarischen Genuss auf Soja-, Lupinen- oder Erbsen-Hafer-Basis runden das Sortiment ab.



Folgen Sie uns auf  



Biovegan

Natürlicher Pesto-Genuss in einer Minute



Entdecke Meine Super Pestos von Biovegan! Die veganen Bio-Pestos mit Superfood sind blitzschnell mit Wasser und Öl angerührt und versprechen dank schonend getrockneter Zutaten einen frischen und natürlichen Geschmack. Ideal zu Pasta oder als Basis für Kräuterminaden, Dips und Aufstriche. Verfügbar in den Sorten Karotte-Mandel, Rote Bete-Birne und Basilikum-Cashew. biovegan.de



SOTO

Die pflanzlichen Genuss-Sieger!



Die Gemüse-Quinoa-Sticks überzeugen mit farbenfrohen Gemüsestückchen aus Erbsen, Paprika und Maiskörnern. Den Hafer-Karotten-Bällchen verleiht ein bunter Mix aus Zucchini, Tomate und kernigem Hafer aus der regionalen Ökomodellregion einen harmonischen Geschmack. Die Falafel Rote Bete sind mit einem Hauch Meerrettich verfeinert – ein optisches Highlight auf jeder Bowl! soto.de

Byodo

Genussvolles Braten mit feiner Olivennote



Für eine besonders milde Olivennote beim Braten hat Byodo eine einzigartige Öl-Komposition aus nativem Olivenöl extra und feinstem »high-oleic« Sonnenblumenöl kreiert. Hitzeempfindliche Pflanzenstoffe werden mit dem Byo-Protect Verfahren besonders schonend aus dem Öl gefiltert. So wird die Brat-Olive Mild hochoerhitzbar. Ideal zum Braten, Grillen oder Frittieren. byodo.de



...für mehr Biodiversität



Mehr Infos zum Lebensraum Weide



BioNord B5-A19

Unsere Kühe gehen an mindestens 120 Tagen im Jahr 6 Stunden auf die Weide (1000 m² pro Tier) - ganzjährig keine Anbindehaltung!

Weidehaltung

Artenvielfalt
Lebensraum für Insekten und Vögel

Tierwohl
Unterstützung Tiergesundheit

Klimaschutz
Förderung von Humusaufbau und CO₂-Bindung im Boden

Upländer Bauernmolkerei GmbH
Korbacher Str. 6 · 34508 Willingen-Usseln
www.bauernmolkerei.de



Zotter Schokolade

Das Schoko-Nougat-Duo mit Knuspereffekt



Außen eine pinke Himbeerkuvertüre, innen zart schmelzender heller Mandelnougat mit gerösteten Mandelstücken und zum Schluss mit Rosenblüten verfeinert. Die tolle Farbe entsteht natürlich nur aus reinen Himbeeren. Auch das Nougat wird bei Zotter im Bean-to-bar-Werk selbst hergestellt.

In 13 Sorten erhältlich!

zotter.at



Sonett

Recycling-Box



Warum nimmt Sonett Verpackungen zurück, um diese selbst zu recyceln? Weil Recycling-PE aus dem Gelben Sack Rückstände von synthetischen Duftstoffen und anderen Reststoffen enthalten kann und Sonett nur bei den eigenen Flaschen weiß, was vorher drin war. Die Rücknahme am POS verstärkt die Kundenbindung und der Großhandel nimmt die abgegebenen Gebinde kostenlos zurück. sonett.eu

Mount Hagen

Mild, nussig, schokoladig, mit leichter Süße



Dieser wunderbare Espresso ist ein Single Estate Arabica Espresso aus Peru, La Chacra D'dago, Villa Rica. Er ist Demeter-zertifiziert, das heißt nach strengen bio-dynamischen Kriterien angebaut und handgepflückt. Er wurde 14-16 Minuten bei ca. 200°C in Trommelröstern geröstet, um seinen unverkennbaren Geschmack zu erhalten. Ab sofort nur noch alufrei verpackt. mounthagen.de



Die Kunst der Körperpflege

Körpercremen auf höchstem Niveau.

STYX
NATURCOSMETIC



zertifizierte
Naturkosmetik

CO₂-neutrale
Produktion
ohne Zukauf von Zertifikaten

„hergestellt in
Österreich“



styx.at

MOIN

Neue Generation in der Geschäftsleitung



▪ Jule Prothmann, Julianna Müller und Vicky Leskien rücken zu Hans-Paul Matke in die Geschäftsleitung des Glückstädter Bio-Backwaren-Unternehmens auf. Zusammen will man weiterhin »Gutes Essen für andere Menschen machen« und Moin als engagierte Bio-Bäckerei, verlässlichen Partner und guten Arbeitgeber weiterentwickeln: Jule Prothmann verantwortet die Bereiche Ein- und Verkauf, Kommunikation und Produktent-

wicklung, Julianna Müller die Bereiche Produktion, IT & EDV, Technik sowie QS & QM und Vicky Leskien die Bereiche Finanzen & Controlling und Verwaltung. Auch die MOIN-Mitarbeitenden aus mehr als zehn Nationen freuen sich über die bisherige Betriebsleitung als neue Geschäftsführung — was für die Zukunft von MOIN vor allem zweierlei bedeutet: Kontinuität und Weiterentwicklung.

moin.eu

Rapunzel

Markenprodukte künftig auch im ausgewählten LEH

▪ Die großen Veränderungen im Kaufverhalten von Bio-Kunden wirken sich auch auf die Verkaufsdichte von Bio-Fachhandelsgeschäften aus. Daher erweitert Rapunzel seine Vertriebswege. Eine Auswahl an Produkten von Rapunzel Naturkost und Zwergenwiese ist ab diesem Sommer bei den Filialisten Feneberg und Tegut erhältlich. Rapunzel sei als starke Marke seit fast 50 Jahren ein verlässlicher Umsatzgarant für den Bio-Fachhandel. Um die Markenbekanntheit und die Präsenz von hochwertigem Bio zu sichern, müssten die Produkte jedoch auch ausreichend breit verfügbar sein. Gerade jüngere Generationen entdeckten ihre Bio-Produkte oftmals zunächst im Lebensmitteleinzelhandel, bevor sie den Weg in den Fachhandel fänden, begründet Rapunzel den Schritt, mit dem das Unternehmen auch den rund 500 Mitarbeitenden am Standort im Allgäu gerecht werden wolle. rapunzel.de

ANZEIGE ÖKORING



Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
Halle 7 Stand K04

Ihr Biogrosshandel für Gastronomie und Einzelhandel

DE-ÖKO-008

Neumarkter Lammsbräu

Kooperation mit 1. FC Nürnberg: Ab sofort gibt's Bio-Limo



▪ Im Max-Morlock-Stadion in Nürnberg wird bei den Heimspielen der Frauen und der Männer des 1. FC Nürnberg ab sofort die Bio-Limo now von Neumarkter Lammsbräu ausgeschenkt. Der 1. FC Nürnberg ist damit der erste Verein im deutschen Profifußball, der bei den alkoholfreien Getränken komplett auf Bio setzt — ein logischer Schritt für den Verein, der laut Presseinformation das ambitionierte Ziel verfolgt, »der nachhaltigste Verein der Welt zu werden«. Man freue sich, ein maximal nachhaltiges und superleckereres Angebot aus der Region bieten zu können. Auch für Johannes Ehrnsperger, Geschäftsführer von Neumarkter Lammsbräu, passt die neue Verbindung: »Der Club erreicht eine riesige Fan-Gemeinde in unserer Heimatregion und bringt damit die wichtigen Zukunftsthemen, für die wir uns als Bio-Pionier seit Jahrzehnten stark machen, in die Breite.«

lammsbraeu.de



Bauckhof

Friedemann Wecker steigt in Geschäftsführung ein

▪ Das neue Geschäftsjahr bringt für die Bauck GmbH strukturelle Neuerungen mit sich: Friedemann Wecker, bisher Bereichsleiter Produktion und Technik, ist wie geplant zum 1. August in die Geschäftsführung des Naturkostherstellers eingestiegen. Diesen Posten wird er sich vorerst mit dem bisherigen Geschäftsführer Jan-Peter Bauck teilen. Er übernimmt dabei die gesamte operative Verantwortung. »Dies ist eine herausfordernde Zeit für die Unternehmensnachfolge«, sagt Friedemann Wecker mit Blick auf die zurzeit turbulente Situation der Bio-Branche. »Mein Hauptbestreben ist es daher, die Bauck GmbH mit der zugehörigen Marke als innovativen Bio-Hersteller nachhaltig und erfolgreich im Markt zu etablieren.«

bauckhof.de



Voelkel

Kampagne für das »Naturwunder Streuobstwiese«

▪ Streuobstwiesen sind Heimat für bis zu 5.000 Tier- und Pflanzenarten, sie zählen damit zu den artenreichsten Biotop-Typen in Deutschland — doch die Vielfalt ist bedroht. Gemeinsam mit dem DJ, Biologen und Umweltaktivisten Dominik Eulberg will Voelkel deshalb speziell Kinder und Jugendliche für die einmaligen Wunder vor der eigenen Haustür begeistern. Highlight der gemeinsamen Maßnahmen sind künstlerisch gestaltete Flaschenanhänger mit selten gewordenen Tieren, die von Streuobstwiesen profitieren, und ein Büchlein, von dem zunächst 60.000 Stück als Zugabe beim Kauf von Voelkel Aktionsprodukten erhältlich sein wird.

voelkeljuice.de

- ☛ direkt importiert von Partnerkooperativen
- ☛ 100% ökologisch angebaut und handwerklich geröstet
- ☛ klimaschonend verpackt
- ☛ solidarisch gehandelt und korrekt bezahlt

el rojito GmbH
Königstraße 16a
22767 Hamburg
www.el-rojito.de

NEU

Aus dem Hause Teutoburger.

DIE REINHEIT DER NATUR

Bio-Rapsöl für die tägliche Küche – ideal zum Kochen, Braten & für Salate

Besuchen Sie uns auf der Bio Süd: 7-L22

- Aus bester EU-Bio-Saat
- Reich an Omega-3-Fettsäuren
- In der 750 ml Leichtglas-Flasche
- Ideal für preissensible Verbraucher, die auf Qualität nicht verzichten möchten

www.purea-oel.de

PREISWERBUNG FÜR BIO-PRODUKTE: MUSS ODER NO GO?

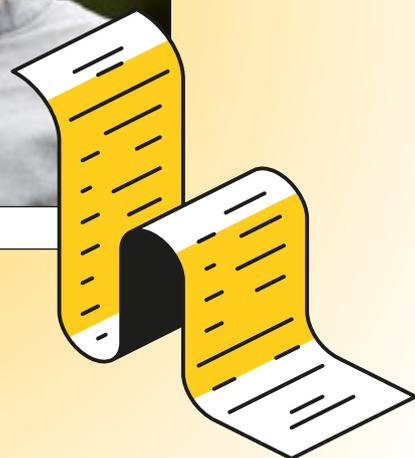
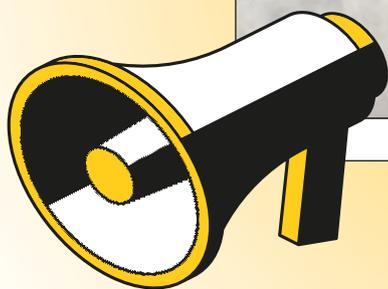
Bio zwischen *Preis und Wert*



SASCHA DAMASCHUN



LUKAS NOSSOL



Der Anstieg der Lebensmittelpreise ist ungebrochen, 13,7 Prozent waren es im Juni 2023 im Vergleich zum Vorjahr. Auch Bio-Kundinnen und -kunden halten angesichts der sich drehenden Preisspirale ihr Geld zusammen, wandern ab in Supermärkte oder Discounter, greifen bevorzugt zu Bio-Preiseinstiegsmarken. Wenn die Bio-Branche in den 40 Jahren ihres Bestehens das Thema

Preis überhaupt aufgriff, dann ging es in der Regel darum, dass nicht Bio zu teuer, sondern konventionelle Lebensmittel zu billig seien. Dabei ist ein interessanter Nebeneffekt der aktuellen Entwicklung: Die Preisdifferenzen zwischen Bio- und konventioneller Ware sind geschrumpft. So manches Bio-Produkt ist im Supermarkt oder Discounter aktuell nicht billiger als im Bio-Fachhandel. Zeit zum Umdenken in

der Kommunikation? → Das MesseMagazin der BioMessen hat *Sascha Damaschun*, Geschäftsführer des Großhandels Bodan (der selber mehrere Bio-Märkte betreibt) und *Lukas Nossol*, Leitung Bereich Kommunikation im BioMarkt Verbund, befragt, wie ihre Unternehmen es jeweils mit dem Thema Preiswerbung halten.

Warum glauben Menschen beharrlich, dass vergleichbare Bio-Produkte im Bio-Laden teurer sind als im LEH/Discounter?



Es wirken alte Glaubenssätze

SASCHA DAMASCHUN Klima, Ukraine, Energie, Inflation: Konsumentinnen und Konsumenten reagieren auf das multiple Krisenszenario mit erhöhter Preissensibilität. Die Botschaften großer LEH-Ketten, die auf vielen Medien-Kanälen mit »Bio zu kleinen Preisen« werben, treffen da auf offene Ohren, auch wenn sie nicht immer der Realität entsprechen. Bioläden werben weniger offensiv mit günstigen Preisen, unterstreichen eher die Fairness im Handel. Es wirken aber auch alte Glaubenssätze: Verbraucher:innen verbinden »Bio« mit einer hohen Produkt-Qualität und folgern daraus, dass es dort teurer ist, wo es davon 100 Prozent gibt. Analysen zur Preisentwicklung zeigen aber oft das Gegenteil.

Tatsächliche Preisstruktur widerlegt Vorurteile

LUKAS NOSSOL Bisher lag im gesamten Naturkostfachhandel in der Kommunikation kaum Priorität auf der Preiswürdigkeit, auch wenn die tatsächliche Preisstruktur das Vorurteil widerlegt. Mit der aktuellen Kampagne des BioMarkt Verbunds wollen wir mit dem Vorurteil aufräumen, ohne auf die Wertekommunikation zu verzichten.

Welche Maßnahmen kann der Bio-Fachhandel ergreifen, um dieses Image zu verändern?

Produkte im Preiseinstieg gehören schon immer dazu

LUKAS NOSSOL Da gibt es unterschiedliche Wege. Wir haben uns im BioMarkt Verbund dafür entschieden, unseren Kundinnen und Kunden anders zu begegnen und uns auf das preissensiblere Einkaufsverhalten einzustellen. Denn Produkte im Preiseinstieg gehören schon immer genauso zu unserem Sortiment wie ein Qualitätssegment und Qualitäts-Highlights – es fehlte ihnen bisher nur an Aufmerksamkeit. Im BioMarkt Verbund haben wir in diesem Jahr eine größere Kampagne diesem Thema gewidmet sowie die Kommunikation unserer Preis-Leistungs-Sieger am Regal im Markt deutlich verbessert.

Bedürfnisse ernst nehmen und Verkaufsstrategien weiterentwickeln

SASCHA DAMASCHUN Abgewanderte Kundinnen und Kunden mit Preisaktionen zurückzuholen ist teurer, als sie mit guten Leistungen im Bio-Fachhandel zu halten. Wir müssen die Bedürfnisse ernst nehmen und die Verkaufsstrategien weiterentwickeln. Bei Bodan haben wir außerdem gemeinsam mit unseren Ladnerinnen und Ladnern geschaut, welche Effizienz- und Umsatzeffekte wir realisieren können, zum Beispiel durch verbindliche Vereinbarungen zu Prozessen, Sortimenten und Aktionen. Im Rahmen unseres Programms Partner+ können wir die Bioläden an den Effizienzeffekten auch monetär beteiligen – für mehr Laden-Profil und Akzente in der Preisgestaltung. →

NATÜRLICH LECKER:

Taste of Nature Riegel – grün produziert & vegan!



BESUCHEN
SIE UNS:
B5-A31

Planen Sie, den Preis zukünftig stärker in den Mittelpunkt zu stellen?

Ein Billig-Preis-Wettbewerb kann nicht das Ziel sein

SASCHA DAMASCHUN Ein Billig-Preis-Wettbewerb in der Breite des Sortiments kann nicht das Ziel sein. Wir empfehlen eine Doppelstrategie: Gut sichtbare Preis-Akzente bei klug gewählten Artikeln. Ein Markenbild besonderer Qualitäten und engagierte Werte-Kommunikation. Für ersteres lassen sich zum Beispiel Aktionsangebote, Preis-Einstiegs-Marken wie »green« oder Treue-Rabatte nutzen. Gleichzeitig gilt es mehr denn je zu vermitteln, welche Werte uns gemeinsam antreiben. Kund:innen sollen sich als aktiver Teil einer Bio-Community einbringen können, die sich im Bio-Fachhandel trifft, verbündet und dort die Wirksamkeit ihres Handelns spüren kann.

Der Preis ist kein Argument, uns nicht zu unterstützen

LUKAS NOSSOL Wir halten an der aktuellen Kommunikationsstrategie fest, die sowohl zeigt, dass der BioMarkt Verbund ein werteorientierter Fachhandel ist, aber auch, dass der Preis kein Argument ist, uns nicht zu unterstützen. Eine permanente Betrachtung der Wettbewerbsfähigkeit unserer zirka 200 »Bio für jeden Tag«-Produkte gehört zu unseren täglichen Aufgaben. Ebenso wie die Ergänzung durch regelmäßig wechselnde attraktive Angebote und besondere Formate, wie das »Günstige Wochenende«.



Kann der Bio-Fachhandel überhaupt Verbraucher:innen und Verbraucher erreichen, die ausgesprochen preisbewusst einkaufen wollen – oder müssen?

Ein 100 Prozent Bio-Versprechen muss nicht teuer sein

LUKAS NOSSOL Davon bin ich überzeugt. Unsere Kundinnen und Kunden schätzen die Preisstabilität unseres Bio-Vollsortiments im Vergleich zu konventionellen Produkten und sehen, dass ein 100 Prozent Bio-Versprechen nicht gleich teuer sein muss. Der Verzicht auf energieintensive Dünge- und Spritzmittel im Ökolandbau, eine hohe Verbindlichkeit gegenüber landwirtschaftlichen Erzeugern durch langfristige Verträge sowie kürzere Lieferketten haben im Naturkostfachhandel als Inflationsbremse gewirkt. Wir beobachten, dass unser Angebot in den BioMärkten auch für Kundinnen und Kunden attraktiv ist, deren Einkaufsverhalten preissensibler geworden ist.

Schwer möglich, solange die Preise nicht die Wahrheit sagen

SASCHA DAMASCHUN Das ist schwer möglich, solange die Preise nicht die Wahrheit sagen. Einerseits werden Kosten, die bestimmte Produktionsweisen verursachen, auf die Allgemeinheit abgewälzt. Andererseits werden Nachhaltigkeitsleistungen nicht angemessen entgolten. Deswegen machen wir von Bodan Nachhaltigkeitsleistungen, die landwirtschaftliche Betriebe für Umwelt und Gesellschaft erbringen, jetzt sichtbar – gemeinsam mit Partner-Unternehmen und den Expertinnen und Experten für nachhaltige Buchhaltung von Regionalwert Leistungen. Damit wollen wir einen Dialog dazu anstoßen, wie diese Zusatzleistungen fair und sozialverträglich entgolten werden können. ■





Einfach Code aufnehmen und mehr erfahren!

MenoFree®

Natürlich harmonisch durch die Wechseljahre

So unterschiedlich der Hormonhaushalt von Frauen in der ersten Lebenshälfte ist, so individuell präsentieren sich auch die Wechseljahre. Manche Frauen spüren die Veränderungen deutlich, manche bemerken sie kaum. MenoFree® ist ein rein pflanzliches Nahrungsergänzungsmittel für Frauen in den Wechseljahren. Es kombiniert Yamswurzelpulver mit natürlichen B-Vitaminen.

Ich liebe meine neue Freiheit!

¹ Vitamin B6 trägt zur Regulierung der Hormontätigkeit bei
² Vitamin B2 und Biotin tragen zur Erhaltung normaler Haut und Schleimhäute bei
³ Biotin trägt zur Erhaltung normaler Haare bei
⁴ Vitamin B2, B6 und B12 tragen zur Verringerung von Müdigkeit und Ermüdung, einem normalen Energiestoffwechsel und einer normalen Funktion des Nervensystems bei
Vitamin B1, B6, B12, Biotin und Folsäure tragen zu einer normalen psychischen Funktion bei

Erhältlich im gut sortierten Naturkosthandel oder in Ihrer Apotheke.



Jetzt schon drauf freuen.



BioWest Düsseldorf

7. April 2024



BioOst Leipzig

21. April 2024



BioSüd Augsburg

29. September 2024



BioNord Hamburg

13. Oktober 2024



Alle vier BioMessenn sind klimaneutral



Besuchenden- und Ausstellendenservice: T 05 11.35 90 100 und über info@biomessen.info. **Gutscheine für die Akkreditierung** über Ausstellende/ausstellenden Großhandel. **Aktuelles Ausstellendenverzeichnis** auf der jeweiligen Messeseite auf biomessen.de.



IMPRESSUM

Messemagazin BioNord/BioSüd 2023

Herausgegeben von: Harting & Tovar GmbH Kommunikation
Vordere Schöneworth 17a · 30167 Hannover
bio@harting-tovar.de · harting-tovar.de
T 05 11 16 15 920 · F 05 11 16 15 925

Redaktion: Jeanine Tovar (verantw.), Detlef Harting
Anschrift: Vordere Schöneworth 17a,
30167 Hannover

Weitere Autorinnen und Autoren: Simon Döring, Hans F. Kaufmann, Monika Kovacsics, Rainer Plum
Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für fehlerhafte Angaben kann keine Gewähr übernommen werden.

Fotos/ Illustrationen: BioMessen, Adobe Stock, unsplash, Pexels
(wenn nicht anders gekennzeichnet)

Gestaltung/ Fotoredaktion: Luisa Fabienne Bertram, Aaron Pallokat

Anzeigen: Brita Habecker, Maxi Jacques, Rebecca Lorey

Vertrieb/Logistik: Mathis Junker

Auflage: 10.500

Druck: UmweltDruckhaus Hannover GmbH
30851 Langenhagen



Klimaneutral gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier.

Veranstalter BioMessen
Matthias Deppe & Wolfram Müller oHG
Bosteler Feld 19
21218 Seevetal

Servicebüro BioMessen
T +49 (0) 5 11 35 90 100
F +49 (0) 5 11 16 15 925
info@biomessen.info



ERSTE BIO-MOLKEREI DEUTSCHLANDS



NEU



Erhältlich ab
Oktober 2023



ZWERGENWIESE
Fairtrauen in Bio

3
NEUE
Sorten

Wir holen Bella Italia ins Glas!

Uno, due, tre...
hier kommen unsere neuen
leckeren Tomatensaucen.



10%
Rabatt

auf die 3 neuen Sorten
im Oktober 2023

Daten in
Kürze bei
ecoinform &
DATA NatuRe

Was unsere Tomatensaucen so besonders macht? Sonnengereifte Bio-Tomaten aus Italien.
Für echte Genießer:innen, die sich ruckzuck eine aromatische Sauce gönnen wollen.
Die drei raffinierten Neu-Kreationen werden Ihre Kund:innen begeistern. Wir wünschen Buon Appetito!