

## MEHR BIO!

Die Leitmesse BIOFACH und die Vivaness Naturkosmetik fanden vom 13. bis 16. Februar in Nürnberg statt. Zwar vermeldeten die Veranstalter keine neuen Besucher- und Ausstellerrekorde, aber man überbot die Zahlen aus dem letzten Jahr. Unser Einkaufsteam hatte sich gut vorbereitet, mit über 250 Kundengesprächen wurden neue Kontakte geknüpft oder bestehende vertieft.

### Ein Messe-Rückblick von Ziad Chahrouri, Leiter Sortimentmanagement:

Die Vielfalt der angebotenen Produkte und Warengruppen auf der diesjährigen BIOFACH war kaum noch zu überschauen. Inzwischen kann man fast schon von einer Überreizung der Sinne sprechen! Einerseits reichten die vier Tage nicht aus, andererseits waren mehr als vier einfach nicht zumutbar.

Trends, die im Jahr davor noch wirklich in den Kinderschuhen steckten, entwickelten sich rasanter. Die Reaktivität im Markt ist viel stärker als noch vor zehn, zwanzig Jahren. In 2018 gab es zum Beispiel den ersten „Coffee brew“. Jetzt waren in Nürnberg gleich sehr viele Anbieter präsent.

Diese Regel gilt nicht nur für Lebensmittel! Vor einem Jahr gab es noch nicht so viele unterschiedliche Menstruations-Cups. Auf der BIOFACH 2019 waren mindestens ein Dutzend Anbieter mit verschiedenen Modellen am Start, alle prominent präsentiert.

Unermüdlich waren auch die Innovatoren in den Standardbereichen Cerealien oder Riegel, obwohl hier die Neuheiten oft nur leichte Abwandlungen bestehender Produkte darstellten.

Die Nase ist der Schlüssel zur Welt der Düfte - Yogi Tea bot dafür eine interaktive Riech-Wand an.

Auch werben inzwischen viele Hersteller mit dem „weniger-Slogan“, zum Beispiel mit „weniger Zucker“. Aber noch scheint diese Tendenz etwas zögerlich und nicht bis zu Ende gedacht, vielleicht weil es letztendlich auch eine Frage des Geschmacks ist.

„Zero Waste – dieses Thema wird uns in den kommenden Jahren sehr beschäftigen!“

An vielen Ständen war die Verpackung in Verbindung mit der Frage, wie umweltbewusst, zukunftsorientiert und sozial Bioprodukte sind, ein riesen Thema. Aus diesem Grund standen alternative Lösungen ohne Plastik ganz oben auf der Agenda des Branchentreffs. Wir sahen Bambus, Palmblätter, Zuckerrohr, pflanzliche Stärke, Holz, Papier, Edelstahl oder Glas. Viele Hersteller experimentieren noch in Sachen „Zero Waste“ mit den nachwachsenden Rohstoffen oder sie stellen Verpackungen zum großen Teil aus recyceltem Material her.



# BIOFACH2019

into organic

Mit rund 51.1500 Besuchern, etwas mehr als noch im letzten Jahr, zeigten sich die BIOFACH-Veranstalter zufrieden. Von 13. bis 16. Februar 2019 präsentierten sich in neun Hallen der Nürnberger Messe genau 3.273 Aussteller (2018: 3.218) aus 98 Ländern (2018: 93 Länder).



Sara Verga ist seit September 2018 in der Ausbildung zur Groß- und Außenhandelskauffrau. Sie arbeitet zur Zeit im Sortimentsmanagement „Non Food“:

„Ich war zum ersten Mal auf der BIOFACH und das Kennenlernen der Lieferanten, deren Marken ich betreue, war für mich ein absolutes Messe-Highlight. Ein neues Produkt ist für mich dann interessant, wenn es innovativ ist und ein gutes Konzept dahinter steckt.

Das heißt, ich achte bei neuen Produkten besonders auf die Herkunft der Rohstoffe, die

Herstellungsmethode, die Verpackung und natürlich ist das Marketing auch wichtig. Als Auszubildende schlägt mein Herz natürlich für die jungen Start-up-Unternehmen.

Wir haben auf der BIOFACH einige interessante Produkte gesehen, aber eins blieb mir besonders im Gedächtnis: ein „wachsender“ Kalender, in dessen Kalenderblätter Samen eingearbeitet sind und die man am Ende des Monats einpflanzen kann – eine tolle Produktidee, die für mich Innovation und Nachhaltigkeit vereint.“



Neulistung nach der BIOFACH: Sommer Garden Shower von Weleda

ArtNr. 217006542



Er ist zum Beispiel unter [www.der-wachsende-kalender.de](http://www.der-wachsende-kalender.de) erhältlich.