

Große Bio-Anbieter offen zur Zusammenarbeit mit dem konventionellen LEH

Die Präsentation der Teilnehmer der Nürnberger Erfolgsmesse war größer und professioneller denn je. Wer die Messe besucht hat, konnte sich dem Eindruck der allgemeinen Aufbruchsstimmung nicht entziehen. Die Berechtigung der Bioangebote für den Markt wird inzwischen von niemand mehr bezweifelt. Um Nachfrage brauchen sich die Bio-Anbieter weniger zu sorgen als andere. Die Zahl der Einkäufer aus den Handelszentralen noch beachtlicher als sonst, aber nur wenige der Aussteller wollten über das Verhältnisgeflecht zwischen Bio-Herstellern, Bioläden, Bio-Märkten und dem „konventionellen“ Lebensmitteleinzelhandel offen reden. Dabei weiß jeder, dass 35 % aller Bio-Lebensmittel über den ganz normalen Lebensmitteleinzelhandel zum Konsumenten gelangen.

► Ralph Alois Löhle von BioGourmet, der Dachmarke der RAPUNZEL AG für den Lebensmitteleinzelhandel spricht offen aus, was andere zwar denken, aber nicht an die Öffentlichkeit bringen wollen. „Ohne den ganz normalen Lebensmitteleinzelhandel ist die Versorgung der Kunden in Deutschland mit Bio-Qualität heute gar nicht möglich.“ In seinen Augen haben sich Bioläden und Biomärkte in den letzten Jahren noch viel zu wenig entwickelt, um ihre volle Chance zu nutzen. Die Professionalisierung der Bioangebote an den Verbraucher ginge zu langsam.

► Löhle unterstreicht, was schon Thomas Gutberlet, Chef von TEGUT, gegenüber dem fng-magazin herausstellte: In ländlichen Gebieten fehlt – in Sachen Bio-Läden – ein ausreichendes Bio-Angebot. Beide teilen übrigens zudem die wesentliche



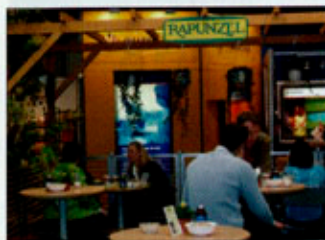
Erkenntnis, dass nur bei steigendem Bio-Angebot die Preise für Bio-Lebensmittel gesenkt werden können und damit ein breiteres Angebot wird. „Von den größeren Herstellern und Vertriebsmengen der Bio-Produzenten bedingt durch den Verkauf im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel profitiert letztlich auch der Bioladen in Form von niedrigeren Einstandspreisen für seine Ware.“

### Grosses Lob an die Bio-Hersteller

► Wenn man sich auch der Bio-Fach umsah, konnte man feststellen,

## Biofach: Wann wird das Tabu gebrochen?

dass die deutschen Bioangebote geschmacklich wie qualitativ inzwischen ein hohes Niveau erreicht haben. Das stimmt hoffnungsvoll für die Ernährung in Deutschland. Trotz mancher Kritik muß auch deutlich



gesagt werden, dass im Biohandel Produkte erfolgreich sind, die im normalen Lebensmitteleinzelhandel fast totgesagt werden: so in erster Linie das klassische Müsli, von Detmers aus Bielefeld bis zu Rapunzel, wo man zum Jubiläum sogar das alte klassische Müsli wieder neu aufgelegt hat, von Allos mit Ernies Knusperflocken bis zu Davert waren die bekannten Marken und Hersteller mit der Müsli-Konjunktur zufrieden.

► Neben den klassischen Bio-Produkten bot die Messe auch Anbieter von Tiefkühlware in Bio-Qualität und Bio-Pizzen. Spätestens an dieser Stelle stellt sich immer drängender die Frage, wann und in der welcher Form der Lebensmitteleinzelhandel in Zukunft die Chance haben wird, ein solches Bio-Angebot vorgestellt zu bekommen. Da liegt nach wie vor noch ein Problem der BioFach. Nach Aussagen der allermeisten Aussteller ist ihr Messeaustritt in erster Li-

nie für die sogenannten Ladner, die Betreiber von Bio-Laden gedacht. Wo also soll der Lebensmitteleinzelhandel sein Schaufenster für Bio-Angebote finden? Die allermeisten Handelszentralen sind – rein von den eigenen Zentrallager-Kapazitäten – derzeit noch nicht in der Lage, ein solches Angebot ausreichend zu befriedigen.

### Coco Cream und Coco Drink: klingt exotisch und ist sehr gesund

DR. MARTINS CC Dr. Martins' Coco Cream eignet sich hervor-



ragend für Cocktails, Desserts oder eben ganz einfach zum Trinken. Vater dieses neuen Produkts ist der bekannte Wiener Facharzt für Sportmedizin und Kinderheilkunde, Dr. Antonio Martins.

► Die Kokonuß-Creme besteht aus dem wertvollen Saft und dem Fruchtfleisch ökologisch angebaute Bio-Kokosnüsse sowie reinem Bio-Zucker.

► Dr. Martins' Coco Cream ist rein pflanzlich, cholesterinfrei, vegan, laktosefrei, milcheiweißfrei, vegetarisch ohne Konservierungs- und Farbstoffe und natürlich aus ökologischem Anbau, Plantagen von zwergwüchsiger Kokospalme in Brasilien.

► Das Sortiment von Dr. Martins' Coco Drink bietet vier Geschmacksrichtungen, zweimal als Direktsaft von Unterschiedlichen Kokospalmen. Neben Dr. Martins' Coco Cream ist das zweite Produkt Dr. Martins' Coco Drink: „The Fluid of Life.“

► Dank seiner elektrolytischen Balance unterstützt der Kokossaft unseren körpereigenen Flüssigkeitshaushalt, weshalb er die Bezeichnung „The Fluid of Life“ trägt. Dr. Martins' Coco Drink Ananas Acerola zeichnet durch seinen überdurchschnittlich hohen Vitamin-C-Anteil aus und Dr. Martins' Coco Drink Banane eignet sich neben dem reinen Genuß hervorragend zur Rehydration nach dem Sport.

