



Wenn feine Biofrüchte und Bionüsse auf Bioschokolade treffen – alles verpackt in tollen Faltschachteln mit Sichtfenstern.



Fotos: Landgarten

„Bio-Markt hat der Krise die Stirn geboten“

BIOBRANCHE TRAF SICH ZU BIOFACH UND VIVANESS IN NÜRNBERG 43 669 Fachbesucher besuchten in diesem Jahr das Messe-Duo BioFach und Vivanness. Die rund 2500 Aussteller zeigten sich nach den vier Messetagen sehr zufrieden: 85 Prozent der BioFach- und sogar 97 Prozent der Vivanness-Aussteller erwarten ein gutes Nachmessegeschäft – deutlich mehr als im Vorjahr.

Über ein Drittel der Besucher war aus dem Ausland nach Nürnberg gekommen, vor allem aus Österreich, Frankreich, Italien, den Niederlanden, Polen und der Schweiz. „Der Bio-Markt hat der Krise die Stirn geboten. Der Trend zu Bio und einem ökologisch nachhaltigen Konsum ist ungebrochen“, resümierte Claus Rättich, Mitglied der Geschäftsleitung NürnbergMesse. Beide Messen standen in diesem Jahr ganz im Zeichen von Organic + Fair. Neben Bio-Rohstoffen ging es dabei vor allem um faire Produktions- und Handelsbedingungen. „Fairer Handel und Nachhaltigkeit bei den Rohstoffen, aber auch bei der Verpackung sind heute ganz entscheidende Werte“, so Dr. Alexandra Vogel, i+m Naturkosmetik Manufaktur Berlin. Fairer Handel und ökologisch erzeugte Rohstoffe sind auch die Grundlage des Vivani-Bioschokoladensortiments. Nach Trinkschokolade, Espresso-Dragees und Nuss-Nougat-Creme bringt Hersteller EcoFinia jetzt eine neue Trendproduktreihe auf den Markt, die sich an jüngere Zielgruppen wendet. „iChoc“ wurde erstmals auf der BioFach vorgestellt und soll im Biofachhandel, aber auch an Schulkiosken oder in Tankstellenshops angeboten werden. Die Verpackung jeder Geschmacksrichtung von „iChoc“ hat ein individuelles Outfit erhalten, das Musik und Chocolate-to-go-Charakter verbinden soll. Die vier

Sorten stecken in einer modernen farbkraftigen Verpackung, die unter dem Motto „iChoc – it’s music“ in Form und Farbgebung mehr an einen Musicplayer erinnern soll als an klassische Schokolade. Für jede Sorte wurde zudem ein eigener Ohrwurm komponiert. Die 40-g-Tafelchen sind sortenrein im Displaykarton oder im Aufsteller mit je 15 Tafeln pro Sorte erhältlich.

Bei Landgarten treffen jetzt feine Biofrüchte und Bionüsse auf Bioschokolade – etwa Cranberries und Orangenschokolade, Gojibeeren mit Zartbitterschokolade oder Erdbeeren mit Vollmilchschokolade. Die Neuen von Landgarten, insgesamt sieben Kompositionen, stecken in poppig-bunten 90-g- bzw. 110-g-„Naschboxen“ mit Sichtfenster.

Ludwigs Leibspeis und Sissis Sünd

Die Gewürzmischungen des Bioherstellers Herbaria tragen so fantasievolle Namen wie Ludwigs Leibspeis (Schweinebratengewürz), Sissis Sünd (Apfelstrudelgewürz), Kürbiskönig (Eintopfgewürz), die Wilde Hilde (Salatgewürz) oder Grüner Kakadu (Wokgewürz). Jetzt gibt es Bio-Feinschmecker-Probiersets: je vier kleine Dosen mit unterschiedlichen Gewürzen zu einem dekorativen Türmchen gestapelt und in eine transparente Kunststoffrolle

verpackt. Ebenfalls neu sind die schön gestalteten Geschenkboxen mit mehreren Gewürzdosen und ein oder zwei Gewürzmühlen.

Gewürzspezialist Ulrich Walter aus Diepholz hat eine neue Produktlinie Genießer Fix auf den Markt gebracht. Die sechs verschiedenen Sorten Biokräuter- und Gewürzmischungen im Siegelrandbeutel kommen natürlich ohne Aromen und Geschmacksverstärker aus. Auf jeder Packung der Linie sorgen Rezepte und Zubereitungstipps für neue Anregungen in der Küche.

Smoothies im Sachet präsentierte dagegen der niederländische Saffhersteller Covelt. Seine „Skwiezies“, 100 Prozent organisches Fruchtpüree im kleinen Siegelrandbeutel, sind als gesunder Pausensnack für Kinder und Jugendliche gedacht. Es gibt sie in drei Geschmacksrichtungen, abgepackt jeweils zu sechs Stück.

Den schnellen Snack für unterwegs bietet auch der französische Hersteller von Biosojaprodukten, Sojade, zunächst auf dem französischen Markt an. Seine Sojadeserts in den Geschmacksrichtungen Schoko und Vanille gibt es im 65-g-Tetra Pak (Tetra-Classic-Aseptic-Tetraeder) mit Strohalm.

An die kleine Pause zwischendurch hat auch die Andechser Molkerei Scheitz gedacht und mit „Die kleinen Bio-Joghurts“ nun 100-g-Becher im Angebot. Sie sollen dank ihrer praktischen Größe in jede Brotzeitbox passen. Jeweils 4 x 100-g-Cluster gibt es in den Geschmacksrichtungen Himbeere, Vanille und Natur.

Von „Grand Cru“- Kokosplantagen

Am BioFach-Gemeinschaftsstand „Junge innovative Unternehmer“ präsentierte das Berliner Unternehmen Kulau ihr Bio-Kokoswasser in der 250-ml-Tetra-Prisma-Aseptik-Verpackung. Durch die kaltaseptische Abfüllung wird das Kokoswasser nur für Sekunden erhitzt und soll somit seinen natürlichen Geschmack behalten. Die Marke Kulau steht für Kokosprodukte von „Grand Cru“-Kokosplantagen. „Wir hoffen, dass wir durch fairen Handel und Umweltbewusstsein einen positiven Einfluss auch auf die biologische und nachhaltige Landwirtschaft in den Anbauländern bewirken können“, sagt Josefine Staats, Gründerin der jungen Berliner Firma.



Turmbau: Je vier kleine Dosen mit unterschiedlichen Gewürzen stecken in einer transparenten Kunststoffrolle.



Eine hochwertige schwarze Keramikflasche mit Naturglasur schützt ein besonderes Destillat vor unerwünschtem Lichteinfall und Temperaturschwankungen: Biosinthe ist der erste biologische Absinth, der aus Kräutern aus kontrolliert biologischem Anbau nach einem Schweizer Originalrezept aus dem 19. Jahrhundert von Cannax in der Pfalz destilliert wird. Die Form des Etikettes entspricht exakt dem ersten Etikett von Suzanne-Marguerite Henriod, der Erfinderin des Absinthes aus dem Jahr 1769.

Neue Verpackung, bewährte Rezeptur: Die Kräuterteemischungen von Yogi Tea präsentiert Hersteller Golden Temple jetzt in neuem, einheitlichen Design. Die neue Gestaltung der Verpackung illustriert dabei die charakteristischen Bestandteile jeder Sorte. Und wer nach dem bekannten Erscheinungsbild der bisherigen Verpackung sucht, wird es als kleine Abbildung auf der Vorderseite zur leichteren Wiedererkennung finden. Das beidseitige Design der Verpackung ermöglicht die Aufstellung sowohl im Hoch- als auch im Querformat. So lassen sich die 23 Sorten individuell platzieren.

Wie schön ...

183 Hersteller aus 21 Ländern präsentierten in diesem Jahr ihre Naturkosmetik- und Wellnessprodukte. Unbeeindruckt von der schwierigen wirtschaftlichen Lage wächst der Naturkosmetikmarkt weiter. Schätzungen zufolge sind 2009 die europäischen Verkaufszahlen um 13 Prozent gestiegen. Im Jahr 2010 könnte das Marktvolumen in Europa zwei Milliarden Euro erreichen. Nach Angaben des IRI (Information Research, Nürnberg) liegt in Deutschland das größte Potenzial für Naturkosmetik in Drogeriemärkten und kleinflächigen Verbrauchermärkten. Allein die Geschäfte der Kette dm trugen 2008 mehr als ein Drittel zum Umsatz der Naturkosmetik bei – Tendenz steigend. Derzeit erobern viele neue grüne Kosmetikmarken den internationalen Markt. Das Spektrum reicht dabei von preisgünstigen Handelsmarken bis zu luxuriösen Green Glamour Produkten.

Der begehrte Jury-Preis der Vivaness ging in diesem Jahr an die Marke neobio von Logocos für „eine kluge und mutige Markenpolitik“, so die Jury. Ein Relaunch im vergangenen Jahr habe der Marke zu einem modernen und innovativen Auftritt verholfen, neobio konnte sich eine

Bislang setzen nur wenige Hersteller auf Verpackungen aus erneuerbaren Rohstoffen.



Die „Skwiezies“ im kleinen Siegelrandbeutel sind als gesunder Pausensnack für Kinder und Jugendliche gedacht.

junge Zielgruppe erschließen, und landete mit gleich mehreren Produkten in den Top 50 der abverkauften Neuprodukte.

Pulverschampoo in der Streudose (Planet Pure) oder Seife in der Aluminiumtube (San Floriano) gehörten zu den eher ungewöhnlichen Naturkosmetikverpackungen der diesjährigen Vivaness. Bislang setzen nur wenige Hersteller auf Verpackungen aus erneuerbaren Rohstoffen. Nachhaltige Verpackungslösungen verzichten aber auf Beipackzettel und Umverpackungen, setzen FSC-zertifizierte Papiere und Karton ein, achten auf Recyclbarkeit sowie den Einsatz von recyceltem Material und umweltfreundlichen Druckfarben.

Eines der wenigen Unternehmen, die bereits seit einigen Jahren biologisch abbaubare Verpackungen anbieten, ist der italienische Naturkosmetikerhersteller Montalto Natura. Seine Lippen- oder Kajalstifte, Gesichtspuder oder Rouge werden in Verpackungen aus Mater-Bi angeboten, einem biologisch abbaubaren Werkstoff auf Basis von Stärke. Das umweltfreundliche Material kann mit den üblichen Verfahren der Kunststoffverarbeitung wie Extrusion oder durch Spritzgießen verarbeitet werden und wird den Angaben zufolge nach Gebrauch innerhalb von vier Monaten vollständig kompostiert.

Als weltweit erster Hersteller von Wasch- und Reinigungsmitteln setzt Ecover demnächst für die Verpackung seiner Flüssigprodukte „grünes“ Polyethylen aus vollständig erneuerbaren Ressourcen ein. Das Material kommt von dem brasilianischen Unternehmen Braskem, das aus Zuckerrohr zunächst Ethanol, dann Ethylen herstellt, das anschließend zu Polyethylen umgewandelt wird. Dieser Schritt habe einen beachtlichen Effekt auf die Gesamt-CO₂-Emissionen des Unternehmensbereichs Verpackungsproduktion, heißt es bei Ecover. Die Einführung der neuen Verpackung aus „grünem“ Polyethylen soll Mitte 2010 mit zunächst 20 000 Flaschen weltweit beginnen. Pünktlich zum Frühjahrsputz bringt Ecover außerdem mit den Öko-

Powerpacks drei Aktions-Sets „2-in-1“ auf den Markt. Im Bundle mit praktischem Tragegriff finden sich je zwei Sprühflaschen mit Bio-Tensid-Produkten, das günstigere Produkt erhalten die Kunden gratis.

Blattförmiges „Duftauge“

Speick Naturkosmetik stellte auf der Vivaness erstmals seine neuen Haarpflegeprodukte vor – natürlich konserviert nach den Richtlinien Kontrollierter Naturkosmetik (BDIH) ohne synthetische Duft- und Farbstoffe. „Nach intensiver Forschungs- und Entwicklungszeit ist es uns jetzt gelungen, Haarpflegeprodukte in bester Bio-Qualität herzustellen, die den Vergleich mit konventionellen Haarpflegeprodukten nicht scheuen müssen“, sagt Susanne Gans, Leiterin des Speick Labors. Shampoo und Conditioner gibt es in halbtransparenten 200-ml- bzw. 100-ml-Tuben mit angenehm matter Haptik. Und seine neuen Naturseifen verpackt der Naturkosmetikspezialist aus Baden-Württemberg in umweltfreundliche Kartonverpackungen. Damit Verbraucher schon beim Einkauf in die vier verschiedenen Duftwelten der „Bionatur Soap Bars“ eintauchen können, hat Speick aus der Kartonverpackung ein blattförmiges „Duftauge“ ausgestanzt.

Eine ähnliche Idee hatte auch Soda-san: Die Cream Bioseifen in acht Duftvarianten werden in einer ansprechend bedruckten Faltschachtel angeboten, in der eine kreisrunde Öffnung ebenfalls eine Schnupperprobe erlaubt. Neu ist auch eine Serie transparenter Bio-Glycerin-Seifen in den Duftrichtungen Berries, Ocean, Flower und Lemon. Die runden Seifenstücke werden in transparenter Folie angeboten, die die kräftigen Farben des Seifenquartetts gut zur Geltung kommen lassen.

Und im handlichen 200-ml-Kunststofftiegel bietet der niederländische Naturkosmetikerhersteller de Traay nun seine Hautpflegeprodukte Bodyscrub und Bodybutter an. Besonderer Clou: Der Tiegel ist mit einem praktischem Scharnierdeckel ausgestattet. db ■

Seife aus der Alutube.

Fotos: db



Damit Verbraucher schon beim Einkauf in die vier verschiedenen Duftwelten der „Bionatur Soap Bars“ eintauchen können, hat Speick aus der Kartonverpackung ein blattförmiges „Duftauge“ ausgestanzt.



Die Cream-Bioseifen werden in einer ansprechend bedruckten Faltschachtel angeboten, in der eine kreisrunde Öffnung eine Schnupperprobe erlaubt.



Die runden Seifenstücke in transparenter Folie lassen die kräftigen Farben des Seifenquartetts gut zur Geltung kommen.



Pulverschampoo in der Streudose (Planet Pure).

