

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

BIOFACH2022

into organic



PRESSEINFORMATION

November 2021

Foodtrends zum Schmecken, Fühlen, Riechen – am Stand der Newcomer der BIOFACH 2022

- Auf über 300 qm² präsentieren 32 Newcomer-Marken nachhaltige Produktneuheiten
- Vorfriede auf reale Begegnungen

Unter den Newcomern auf dem geförderten¹ Gemeinschaftsstand „Innovation made in Germany“ auf der BIOFACH 2022 vom 15.–18. Februar stellen unter anderem Startups aus, die die Weltleitmesse bisher nur digital kennen. Nach einer rein digitalen Ausgabe, dem eSPECIAL 2021, findet die Messe 2022 wieder live und mit allen Sinnen erlebbar vor Ort in Nürnberg mit digitalen Ergänzungen statt. Welche Trends können auf dem Gemeinschaftsstand beobachtet werden und worauf freuen sich die Newcomer besonders? Die BIOFACH hat nachgefragt.

„Wir wollen, dass die Menschen mehr Gemüse essen!“ So lautet das klare Statement der Gründer der Marke **SUUR** der Gute Kulturen GmbH. Per Fermentation und neuen Rezepturen präsentieren sie das heimische Superfood Sauerkraut „samt Kulturschock“. Dabei legen die Newcomer aus Norddeutschland Wert auf kompromisslos ökologische Landwirtschaft, möglichst regionalen Anbau und Verarbeitung von „Misfits“-Gemüse sowie Obst, um Lebensmittelverschwendung zu reduzieren.

Zu neuen Geschmackserlebnissen lädt auch **Hülsenreich** ein. Die drei Gründer präsentieren neben den herzhaften Varianten auf der BIOFACH auch süß ummantelte, vegane Kichererbsen-Kekse. Damit wollen sie für diese gesunde und gleichzeitig nachhaltige Pflanzengruppe sowie deren Vielfalt begeistern.

¹ Details zur Förderung unter

<https://www.biofach.de/de/aussteller/teilnahme/foerderung-junger-unternehmen>

Veranstalter

Organizer

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 86 06-0
F +49 9 11 86 06-82 28
info@biofach.de
www.biofach.de
www.biofach.com

Vorsitzender des Aufsichtsrates Chairman of the Supervisory Board

Albert Füracker, Mdl.
Bayerischer Staatsminister der
Finanzen und für Heimat
Bavarian State Minister of Finance
and Regional Identity

Geschäftsführer CEOs

Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

Registergericht

Registration Number
HRB 761 Nürnberg

Internationaler Schirmherr International Patron



Nationaler Ideeller Träger
National supporting organization
BÖLW
Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft



Unverpackt & Zero Waste, Plant Based & Vegan

– Foodtrends spiegeln sich in den Messeangeboten wider

Während die Produkte von **SUUR** und weiteren Branchenneulingen wie **Feinschnabel** oder **eatly** im Glas präsentiert werden, nutzt **Hülsenreich** biologisch abbaubare Beutel aus Zellulose, Maisstärke sowie Kraftpapier. Eine nachhaltige Verpackung ist den Newcomern aus Überzeugung wichtig. Damit antworten sie auch auf den Wunsch vieler Verbraucherinnen und Verbraucher nach nachhaltigen Verpackungen: Gerade die junge Generation blickt zunächst auf die Verpackung² – erst dann auf den Inhalt. Das Konzept Unverpackt etabliert sich vom Öko-Nischenthema zum Mainstream: So haben im letzten Jahr trotz Corona Pandemie 70 neue Unverpackt-Läden in Deutschland eröffnet³.

Der Kassenzettel ist der Stimmzettel der Konsumentinnen und Konsumenten. Mit ihrer Entscheidung für ein bestimmtes Produkt drücken sie auch ihren Lebensstil, die dazu passenden Werte und Glaubenssätze aus. So werden in den letzten Jahren auch vermehrt vegetarische und vegane Lebensmittel als Teil einer gesunden Ernährung gekauft – aber auch als Statement für einen gesunden Planeten⁴. Der Ernährungsreport 2021 des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft bestätigt einen Anstieg der Anzahl der sich vegetarisch oder vegan ernährenden Personen auf zehn beziehungsweise zwei Prozent. Daneben probieren immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten vegetarische oder vegane Alternativen aus Neugier (71 Prozent) oder schlichtweg, weil sie gut schmecken (56 Prozent).⁵

² „Eine Frage der Haltung“, Utopia Studie 2020: 47 % der Befragten zwischen 18 und 24 Jahren geben an, dass *unverpackt* oder *umweltschonend verpackt* beim Lebensmittel-Einkauf wichtig ist.

³ LZdirekt.de, 12. April 2021

⁴ zukunftsinstitut.de, Auszug aus „Food Report 2022“ von Hanni Rützler

⁵ „Deutschland, wie es isst“, BMEL-Ernährungsreport 2021

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

BIOFACH2022

into organic



Gründung in der Pandemie

Ein Markenlaunch mitten in der Pandemie, Produktpräsentationen ohne Messen und reale Treffen ohne Live-Verkostung – das Startup **SUUR** freut sich aus diesen Gründen umso mehr auf seine erste BIOFACH „und auf die Vernetzung mit anderen Marken und Startups. Auch **oohne** gibt es erst seit rund einem Jahr. „Die erste *echte* BIOFACH bedeutet für uns vor allem Austausch mit Kundinnen und Kunden. Andere Marken wie **Matrose Matee** sind gespannt auf wertvolle Insights durch Gastronominnen und Gastronomen. Schnell wird klar, dass sich die über 30 Newcomer insbesondere auf die wertvollen Gespräche mit Gleichgesinnten freuen, von denen nach einer Live-Verkostung ein ehrliches, direktes Feedback zu erwarten ist.

Ausführliche Statements weiterer junger Marken zur BIOFACH 2022 können Sie bis Ende diesen Jahres in unseren Stories und Highlights via Social Media nachverfolgen oder im BIOFACH Newsroom nachlesen:

@biofachvivaness

www.biofach.de/de/news

Geförderter Gemeinschaftsstand „Innovation made in Germany“

Als erfahrener Spezialist für Startups und junge Unternehmen organisiert die NürnbergMesse den Gemeinschaftsstand „Innovation made in Germany“. Dieser ermöglicht es Startups und jungen Unternehmen, sich auf der BIOFACH der Fachöffentlichkeit vorzustellen und Produktinnovationen zu präsentieren. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten zudem eine kostenlose Exportberatung durch den AUMA, den Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der deutschen Wirtschaft.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) fördert die Teilnahme von Startups und jungen Unternehmen an internationalen Leitmessen – so auch auf der BIOFACH. Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) erstattet zudem bis zu 60 % der Standkosten.

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

BIOFACH2022

into organic



Ansprechpartner für Presse und Medien BIOFACH und VIVANESS

Barbara Böck, Saskia Viedts

T. +49 9 11 86 06-83 29

M. saskia.viedts@nuernbergmesse.de

Unterstützt durch

modem conclusa gmbh

Sarah Menz

Jutastraße 5 | 80636 München

T. +49 151 750 14049

M. menz@modemconclusa.de

Alle Presstexte sowie weiterführende Infos unter:

www.biofach.de/news sowie **www.vivaness.de/news**

Weitere Services für Journalistinnen und Journalisten sowie

Medienvertreterinnen und Medienvertreter unter: **www.biofach.de/presse**

sowie **www.vivaness.de/presse**