



17.-19.2.2021

TRENDS BIOFACH 2021

Die ökologische und nachhaltige Wende findet in den Köpfen und auf den Tellern der Menschen statt. 2020 sind viele Menschen weltweit ins Nachdenken gekommen und haben für sich und ihre Familie einen Wandel hin zu einem ausgewogeneren und gesünderen Lebensstil vollzogen. Das hat sich deutlich in der verstärkten Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln niedergeschlagen. Themen wie Klimawandel, Artensterben, die Ausbeutung des Planeten oder das Müllproblem, haben bereits vor Corona den Boden bereitet für das Umdenken. Der Wunsch nach mehr Gesundheit, guter Ernährung (stay@home & cook@home), einem nachhaltigen Lebensstil und einer neuen globalen Balance, spiegeln sich in den Trends im internationalen Bio-Markt wider. Denn jeder hat eine Verantwortung für sich selbst, für seine Mitmenschen und den Planeten auf dem wir leben. Zunehmend sind die Konsumenten bereit, dafür mehr Geld auszugeben, weil sie erkennen, dass sie damit sich und der Welt etwas Gutes tun.

Dass Verbesserungen und Innovationen immer wieder möglich sind, beweisen die Bio-Hersteller jedes Jahr. Die Trendjury hat folgende Trends ausgemacht:

1. Pflanzenbasierte Produkte / Milchersatzprodukte

Vegetarische und vegane Produkte sind weiterhin überaus angesagt. Die universelle Verfügbarkeit und das immer größer werdende Angebot an pflanzenbasierten Produkten beflügelt diesen Trend. Neu hinzukommen Produkte aus regionalen Zutaten und aus Verbandsware. Pflanzenbasierte Drinks und Milchersatzprodukte gehen längst über den Rohstoff Soja hinaus. Die Auswahl an Rohstoffen reicht bei den Pflanzendrinks von Reis, Kokos, Soja über Getreidearten bis hin zu Nüssen und vielen Mischungen, die auch speziellen Anforderungen genügen (zum Aufschäumen geeignet „Barista“) Dazu kommen leckere pflanzenbasierte Milchersatzprodukte (Kochcremes, „Ghurt“, Cashew-Käse etc.) und raffinierter Convenience aus dem Kühlregal. Die Rezepturen werden ausgefeilter, es ist für jeden Geschmack und Anlass etwas dabei. Damit treffen diese mittlerweile nicht nur den Gusto vieler, sondern erfüllen auch den Wunsch nach einem nachhaltigen Lebensstil, in dem der Konsum tierischer Produkte, vor allem von Fleisch reduziert oder ganz ersetzt wird. (Gut für den Körper, das Klima unserer Erde.)

2. Zuckerreduzierte und zuckerfreie Produkte

Zucker, besser gesagt, die Reduzierung oder Vermeidung, ist schon lange im Fokus gesundheitsbewusster Konsumenten. Das Problem ist oft der versteckte Zucker in den Produkten. Viele Hersteller von Frühstückscerealien bieten bereits feine zuckerreduzierte und zuckerfreie Kompositionen an, in denen andere Inhaltsstoffe das Aroma und die Süße liefern. Besonders für die gesunde Ernährung von Kindern ist das essentiell. Fruchtsüße und besondere Zuckerarten wie Palmb Blütenzucker anstelle von Rohr- und Rübenzucker ist auch bei Schokoladen und Riegeln ein guter Weg und lässt uns Süße anders empfinden und genießen.

Veranstalter

Organizer

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 111 86 06-49 09
F +49 9 111 86 06-49 08
besucherservice@nuernbergmesse.de
www.biofach.de
www.vivaness.de

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

BIOFACH

Internationaler Schirmherr
International Patron



Nationaler Ideeller Träger

National supporting organization

BÖLW

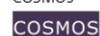
Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

VIVANESS

Ideelle Träger

Supporting organizations

COSMOS



NATRUE



3. Nahrung mit Zusatznutzen

Unsere Nahrungsmittel sollen unsere Heilmittel sein. Das gilt ernährungsbewussten Verbrauchern schon lange als Lehrsatz. Immer wieder sind es jedoch besondere „Superfoods“, die in Mode sind. Nach Chia, Aronia, Kurkuma und Co ist jetzt Hanf in jeglicher Form - als Samen im Müsli, Pulver, Tee, Hanföl und in Pillenform auf dem Markt angekommen. Ingwer erlebt in Form von Shots und in Tees, als gesunde Wurzel und als Geschmack eine zweite Blüte. Die Erhaltung der Gesundheit und Stärkung des Immunsystems stand natürlich im Corona-Jahr ganz weit oben.

4. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung

Müllvermeidung ist ein Stichwort, das eng mit dem Thema Nachhaltigkeit verknüpft ist und speziell mit Verpackung bzw. mit dem verantwortungsvollen Umgang zu tun hat. „Unverpackt“ steht bei einer wachsenden Zahl von Verbrauchern auf dem Einkaufszettel. Prädestinierte unverpackte Lebensmittel sind Trockenprodukte, Getreide, Flocken, Nüsse etc. in jeglicher Form. Immer mehr Naturkostfachgeschäfte kommen diesem Verbraucherwunsch nach, Hersteller und Großhandel bieten entsprechende Großgebilde an. Kunden denken im Zuge des weltweiten Kampfes gegen einen unsichtbaren Feind auch verstärkt über soziale Verantwortung für die Kleinbauern in den Ursprungsländern und faire Lieferketten (Stichwort Lieferkettengesetz) nach. Aber auch regionale Fairness und regionale Wertschöpfung sind gefragt und gewünscht, weil die Pandemie die starke weltweite Verquickung und Abhängigkeit von Warenströmen aufgezeigt hat.

5. Gesund genießen

Wir bleiben zu Hause - das Mantra des Jahres 2020. Damit verbunden natürlich auch „wir kochen zu Hause“. Geschlossene Restaurants, KITAS, Mensen und Kantinen haben ganz neue Anforderungen geschaffen. Zusammen mit dem wachsenden Gesundheitsbewusstsein und dem Bedürfnis sich zu Hause etwas Gutes zu tun, in den eigenen vier Wänden für sich, den Partner, für die Familie gesunde Kost auf den Tisch zu bringen. Beleg dafür sind eine Reihe von Neuheiten: Anfangen von Gewürzen für den Frühstücksbrei, der dadurch zum Highlight wird, Basics in überraschenden Varianten wie proteinreiche Hülsenfrüchte, Pasta, Special Interest Produkte bei Ölen (Wok, Back) oder Gewürzmischungen machen eine fantasievolle abwechslungsreiche, gesunde Küche einfach. Und wenn es mal richtig schnell gehen muss, darf auch die Bio-TTKost ins Rohr. Für die Brotzeit sind neue Aufstriche kreiert worden. Belohnungen und mal was ganz Besonderes? Kein Problem, auch dafür ist mit Schoki und Riegeln sowie Sekt und leckeren Fertiggerichten gesorgt.

Dauerkategorie ab 2021 – „Überraschende Produkte“



17.-19.2.2021

Innovationen sind schon immer eine Stärke der Bio-Branche. Der Fantasie in den Rezeptküchen der Hersteller sind keine Grenzen gesetzt. Es gibt immer wieder Produkte zu entdecken. Neue Rohstoffe, neuartige Kombinationen, innovative Produktionsverfahren oder einfach Produkte, bei denen man sich denkt „da wäre ich nie darauf gekommen“. Raritäten, Unikate, Trendsetter. Es wird sich erst herausstellen, wie sie sich auf dem Markt behaupten, und ob sie ihre Kunden finden. Diese Range geht quer durch alle Produktkategorien, vom Gesundheitsdrink mit Hanfextrakt, über die Mayo aus Kokos bis zur weißen Schokolade mit Earl Grey Aroma. Offen bleiben für neue Geschmacksrichtungen ist hier die Devise.

Sie suchen nach konkreten Produktbeispielen zu unseren Trends – dann schauen Sie doch auf der Plattform des eSPECIALS auf der Trendseite vorbei!



17.-19.2.2021

TRENDS VIVANESS 2021

Die Megatrends Nachhaltigkeit und Gesundheit prägten weltweit das Kosmetikjahr 2020 in einem ungeahnten Ausmaß - und das Mindset vieler Konsumenten veränderte sich. Nachhaltigkeit beinhaltet heute weitere Aspekte wie die Haltung der Hersteller entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Qualität wird umfassender definiert und beschränkt sich nicht nur auf die Inhaltsstoffe, sondern schließt auch ethische und ökologische Aspekte mit ein. Auf sich und andere Acht geben, sich etwas Gutes tun und dabei verantwortungsvoll handeln – 2020 hat uns gezeigt, dass das möglich ist!

1. Waterless Beauty/feste Kosmetik

Feste Kosmetikprodukte in Naturkosmetik Qualität erleben einen Boom. Nicht nur bei der Haarwäsche und beim Duschen ersetzen immer mehr feste Kosmetik- die herkömmlichen Produkte. Auch z.B. Deocremes und feste Handcremes halten zunehmend Einzug in den Badezimmern. Wasserfreie Produkte lösen dabei mehrere Aspekte ein, sie sind funktional und plastikfrei, schonen Ressourcen und die Umwelt durch weniger Transportemissionen.

2. Me time & Comfort

Die Pflegeroutine veränderte sich durch die Pandemie: Der täglichen Beauty-Routine zu Hause wird mehr Aufmerksamkeit geschenkt und Self-time wird zu einer der wichtigsten Auszeiten in einem dicht getakteten Alltag. Es ist die Zeit, sich etwas Gutes zu tun! Die Beautyrituale werden aufgeladen durch hochwertige Produkte, häufigere Verwendung der eigenen Lieblingsprodukte und ergänzt durch Beautytools. Für die Kreativität im Bereich der Körperpflege sorgen DIY Produkte.

3. Safe Beauty & Healthbooster

Sicherheit erhöhen ist aktuell wie nie – auch durch die Wahl von Produkten, die die eigene Gesundheit stärken. Innovative Produkte wie zu ganzheitlicher Mundhygiene sowie Wellness- und Healthprodukte, die eine Unterstützung für einen erhöhten Hygienefaktor bieten, bedienen den Bedarf nach präventiven natürlichen Produkten zur Stärkung der eigenen Gesundheit.

4. Circular Beauty/Economy

Die Idee der Kreislaufwirtschaft rückt stärker in den Mittelpunkt - auch für Kosmetik und Körperpflegeprodukte. Abfallvermeidung Zero Waste alleine greift inzwischen zu kurz, heute geht es dazu um das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen, sowohl bei Herstellung wie im Handel. Unternehmen übernehmen immer mehr gesellschaftliche Verantwortung und gehen damit über den einen



17.-19.2.2021

Aspekt hinaus. Regionalität der Rohstoffe, Refillsysteme und Übergrößen gewinnen an Bedeutung.

5. Science-based beauty/efficacy

Naturkosmetik mit Sofortwirkung! Die sichtbare und vor allem die nachgewiesene wissenschaftlich-basierte Wirksamkeit spielt bei Gesichtspflege eine entscheidende Rolle. Die Forschung und Entwicklung effektiver moderner Wirkstoffe auf Basis von Naturstoffen hält heute jedem Vergleich stand und ist das Ergebnis intensiver Forschung und Entwicklung. Wirkstoffe aus der Natur, kosmetisch feine Texturen - ob für die tägliche Beautyroutine oder als Booster - bestimmen den Trend in der Gesichtspflege.

Dauerkategorie ab 2021 – „Überraschende Produkte“

Unkonventionelle Innovationen, die für frischen Wind sorgen sollen nicht unerwähnt bleiben! Die Unexpected Specials ergänzen die Trendkategorien in puncto überraschende Produktideen und bekommen daher eine separate Sparte!

Sie suchen nach konkreten Produktbeispielen zu unseren Trends – dann schauen Sie doch auf der Plattform des eSPECIALS auf der Trendseite vorbei!