

Nürnberg, Germany 14. - 17.2.2023

BIOFACH2023

into organic



BIOFACH: Kolumne Hanni Rützer

Meet Food - Der „natürliche“ Bio-Trend

Vieles, was in der medialen Öffentlichkeit unter „Trends“ vermarktet wird, erweist sich in den meisten Fällen bloß als Hype, als „Lösung“, für die es genau genommen gar kein Problem gibt. Meistens sind es bestimmte Lebensmittel, Getränke oder Speisen: Einmal ist es der Grünkohl (am hipsten unter dem Namen „kale“), dann Matcha-Tee oder Schakschuka, die als top-aktuelle Food Trends ausgerufen werden.

Unter Food Trends verstehe ich aber etwas ganz anderes: Nämlich längerfristige Entwicklungen in unserer Esskultur, die Sehnsüchte, Wünsche und Bedürfnisse von Konsument:innen spiegeln, die Antworten auf Probleme im Zusammenhang mit unserer Ernährung und der Nahrungsmittelproduktion geben und die dafür je spezifische Lösungsvorschläge oder sinnvolle Alternativen offerieren. Food Trends, wie ich sie verstehe, lenken die Aufmerksamkeit also vom bloß Neuen (das schnell wieder alt werden kann) auf das Sinnvolle. Damit bieten sie Konsument:innen Orientierungshilfe bei täglichen Ess-Entscheidungen und unterstützen Produzent:innen bei der strategischen Ausrichtung ihres Unternehmens.

So auch der „Meet Food“-Trend, in dem sich der Wunsch vieler Konsument:innen spiegelt, Lebensmittel nicht nur zu „verbrauchen“, sondern - sinnlich und bewusst - zu „erleben“, möglichst anschaulich mehr über Herstellung und Qualität der Lebensmittel und auch über die Menschen zu erfahren, die hinter den Produkten stehen. „Meet Food“ gibt damit eine dezidierte Antwort auf die Industrialisierung und die damit einhergehende Anonymisierung der Lebensmittelproduktion. Und damit ist es ein Food Trend, der vor allem Bio-Landwirten und Bio-Produzenten entgegen kommt, die ein „natürliches“ Interesse daran haben, ihren Kunden zu zeigen, wie sie ihre Produkte - nachhaltig, Ressourcen schonend, regenerativ und mit Bedacht auf Tierwohl - herstellen; die offen für Informationen und Austausch sind und - ob beim Ab-Hof-Verkauf oder am Wochenmarkt und immer mehr auch via

**Veranstalter
Organizer**
NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 911 8606-0
F +49 911 8606-8228
info@biofach.de
www.biofach.de
www.biofach.com

**Vorsitzender des Aufsichtsrates
Chairman of the Supervisory Board**
Marcus König
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg
Lord Mayor of the City of Nuremberg

**Geschäftsführer
CEOs**
Prof. 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

Nürnberg, Germany 14. - 17.2.2023

BIOFACH2023

into organic



digitalem Direktvertrieb - ihren Kund:innen auf Augenhöhe über ihre Produkte informieren wollen.

Gerade die heute bei der Kundenkommunikation immer wichtigeren digitalen Tools eröffnen Bio-Landwirten und -Produzentinnen immer besser Möglichkeiten für eine authentische Kommunikation und weitreichende Informationen, um Konsument:innen „näher ans Produkt“ zu führen - vom videounterstützten „gläsernen“ Betrieb bis zu persönlichen Chats und einfacher zu organisierendem Direktvertrieb.