

Forum

Nachhaltig Wirtschaften

Das Entscheider-Magazin

Ressourcen



Welche Welt übergeben wir unseren Kindern?

Special: Ernährung & Landwirtschaft

Verpackungen • Ökolandbau • Kooperationen von NPOs und Unternehmen • Wald
Gewerbebau • Green Meetings & Events • Cradle to Cradle • Klimaverhandlungen





Vom Müsli-Treff zur Weltleitmesse

Von Fritz Lietsch

Was vor über 25 Jahren begann, ist endlich in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Aus der deutschen BioFach ist die internationale Weltleitmesse geworden. Ein Beweis, dass und wie Visionäre Geschichte schreiben und die Welt beeinflussen können.

Am 19. Februar 2011 schloss die 21. BioFach in Nürnberg ihre Pforten mit beeindruckenden Zahlen und Fakten: Über 44.000 Besucher (2010: 43.669) nutzten die Hallen der BioFach, Weltleitmesse für Bio-Produkte, und Vivaness, Leitmesse

für Naturkosmetik und Wellness, auf dem Messegelände in Nürnberg als internationalen Treffpunkt. Vier Tage lang interessierte sich das Fachpublikum aus 131 Ländern (2010: 119) für innovative Bio-Lebensmittel, Ökotextilien und Naturkosmetik.

Green – aber leider zu wenig Glamour

Ein bekennender Anti Öko (weiblich) kämpft sich mit einem Augenzwinkern durch die BioFach.

Von Dagmar Walser

Ich oute mich gleich: Ich liebe Fleisch, Lederjacken, lackierte Fingernägel. Ich hasse Jutetaschen, Elektroautos, die Farbe Grün. Ideale Voraussetzung also, um die BioFach zu besuchen.

Klaviermusik im Foyer, Journalisten-Hallo im Pressezentrum, starker Kaffee. Bio? Bio! Macht jedenfalls munter, es kann los gehen. Wo sind die „typischen“ Öko-Sandalenträger? Ich sehe Frauen auf High Heels, Männer in Anzug und Krawatte, und das alles nicht in grün, sondern im chicen Schwarz. Müsli-Image ist das also schon mal nicht. Wenigstens mein nächstes Vorurteil bestätigt sich, zum Teil: Viele Stände in den Food-Hallen sehen hölzernen aus, im wahrsten Sinn des Wortes. Mein

oberflächliches Verbraucherherz möchte aber lieber mit Individualität, Zeitgeist und Designanspruch verführt werden, so wie z. B. beim holländischen Käsestand mit edlen Lüstern, oder beim unübersehbaren Eyecatcher des brombeerfarbenen Standes, der Saft und Kosmetik aus Aroniabeeren anbietet; ob gesund oder nicht, ich bin sofort angesprungen. Genau wie beim kleinen stylischen Stand mit Bio-Eis. Vielleicht liegt das aber vor allem an dem netten Verkäufer, der zum Glück auch keinen „selbstgestrickten“ Öko-Pullover trägt.

In der Textilhalle scheint er sich jedenfalls nicht eingekleidet zu haben – hier würde ich lediglich einen Stand leer kaufen, ansonsten groß-

mütig und ohne mit der Wimper zu zucken widerstehen können. Das sieht zum größten Teil definitiv zu „gesund“ aus. Eine Dame vom Fach bestätigt, hippe Öko-Designer finde man bisher eher auf anderen Modemessen. Hier verführt mich also nichts, ein weiterer Haken hinter „Vorurteil bestätigt“.

In der Kosmetikhalle der VIVANESS verführt zumindest schon mal der Duft. Ich gebe mir auch ehrliche Mühe und will auch der Bio-Kosmetik glauben, dass Falten ohne Chemie gekillt werden können – nur finde ich kaum ein Döschen, das ich in mein Bad stellen würde. Dass mir zusätzliche Schädigungen durch Chemie erspart würden, der Inhalt also die

Flankierende Kongressveranstaltungen sorgten für regen Austausch. Neben Deutschland mit rund 25.000 Facheinkäufern besonders stark vertreten: Österreich, Italien, Frankreich, Niederlande und die Schweiz. Die Internationalität stieg auf 42 Prozent. Aus 86 Ländern reisten 2.544 Aussteller zu dem Messe-Duo an.

Bio verbindet Leidenschaft mit guten Geschäften

Claus Rättich, Mitglied der Geschäftsleitung der NürnbergMesse: „Vier Tage voller Leidenschaft für Branche und Produkte, für Zukunftskonzepte und Politik. Ein echtes Highlight: die sichtbare politische Präsenz! Über 100 Vertreter aus der internationalen Politik sowie das erste regionale Agrarpolitikertreffen auf der BioFach belegen: Hier gestaltet die Branche Ernährungsstile und die ökologische Zukunft unseres Planeten mit.“ Den Themenschwerpunkt Welternährung diskutierten über 500 Kongressbesucher.

Große Ideen bewegen die Welt

Diesen Volltreffer einer Weltleitmesse haben die beiden Visionäre aus Franken, Hagen Sunder und Hubert Rottner, etabliert, die als Veranstalter

kleiner, regionaler Ökomessen rechtzeitig den Trend der Zeit erkannten: Vor 21 Jahren initiierten sie die erste BioFach. Als Fachhandelsmesse wurde sie schnell zum wichtigsten Katalysator der Bio-Branche und unterstützt das weltweite Wachstum einer Bewegung, die sich heute so schwerwiegenden Themen wie gesunde Welternährung und Bewahrung der Ressourcen Boden und Wasser stellt. Hagen Sunder wünscht sich denn auch vom jetzigen Veranstalter, der NürnbergMesse, und allen Ausstellern und Besuchern, dass sie weiterhin und noch konsequenter an dieser Aufgabe bleiben, denn: „leider sind die globalen Probleme bei weitem noch nicht gelöst. Aber der ökologische Landbau und die darauf bauenden Industrien, von der Nahrungsmittel-, über die Kosmetik-, bis zur Textilbranche, haben die Zeichen der Zeit erkannt und setzen immer mehr auf Bio. Ich freue mich, dass leidenschaftliche Pioniere die großen Tanker auf den richtigen Kurs bringen

Attraktiv geworden: Die BioFach und die Naturkosmetik-Messe VIVANESS lockten auch Miss Germany an – und einige Kolleginnen aus dem forum-Team ...



Optik wett macht – nicht meine, sondern die der Tiegelchen und Töpfchen – ok, darüber kann ich ja mal nachdenken.

Um mich nicht als völlig unbelehrbar zu outen, besuche ich daraufhin einen der über 100 spannenden Vorträge und wage dort „Das Auge kauft mit“ zu äußern. Unverständnis allenthalben, ich möge doch bitte einmal durch die Kosmetikhalle gehen! Ich bin bereits dreimal durchgegangen. Sorry, die optische Ausbeute ist für meinen Geschmack wirklich nicht allzu üppig! Eine Belohnung für meinen Affront bekomme ich dennoch: Ich werde fachgerecht geschminkt, und zwar wirklich toll. Gut, ich leiste Abbitte, biodynamisches Ehrenwort.

Und an diesem Tag bekomme ich noch mehrfach bestätigt, dass ich mit meiner Einschätzung nicht so ganz daneben liege: Modernes Design und Öko scheinen sich noch zu widersprechen. Vielleicht liegt das „Design-Dilemma“ auch daran, dass Fair Trade-Designer noch zu viel „Respekt“ vor den Konsumentinnen haben. Ein Händler, der in Russland erfolgreiche Kosmetik-Geschäfte macht, bringt einen interkulturellen Unterschied auf den Punkt: „Die deutsche Frau kauft mit dem Verstand, die russische Frau mit der Seele“. Frauenseele liebt Luxus und Sinnlichkeit, und wenn das dann zudem auch noch statt schädlich gesund ist – bitte her damit!

konnten. Wer hätte vor 25 Jahren gedacht, dass Bio-Lebensmittel und Textilien aus „Organic Cotton“ in jedem Supermarkt und Kaufhaus zu finden sein werden.“

Immer noch mit höchstem Eifer ist auch Hubert Rottner am Werk. „Nachdem wir die Welt für die Bio-Bewegung geöffnet haben, konzentriere ich mich jetzt ganz auf meine Region, denn „All business is local“. Mit der „Grünen Lust“ hat er eine Messe für den regionalen Genuss etabliert – die neugegründete Bio Innung e.V. geht maßgeblich auf seine Initiative zurück und verbindet bereits alle wichtigen Akteure in der Region Nordbayern.

Eingedeckt mit einer Menge Prospekte für mein neu zu entdeckendes grünes Gewissen und fast schon überzeugt, dass nur ich noch nicht öko bin, kommt der Dämpfer: am Ausgang beichten zwei fröhliche Messe-Putzfrauen auf meine Frage nach der Marke ihres Bio-Putzmittels: „So wie die Toiletten hier aussehen, kommt man mit bio nicht weit“.

Wer sagt's denn...Einen letzten Bio-Kaffee, und dann mein Resümee: Vorurteile bestätigt – Vorurteile revidiert: An Darbietung und Verpackung hapert es, aber viele Engagierte sind viel weniger dogmatisch als ich vorher verwettet hätte. Ich bin mit einem grünen Auge davon gekommen.