



ALLE FOTOS: MATTHIAS RICHTER

Saftige Überraschungen

Im AfG-Bereich sorgen vor allem die Platzhirsche für Neuheiten

Nürnberg. Wellness und Smoothies sind die Getränkethemen. Und alle schielen nach dem Bionade-Erfolg.

Neues von Bionade – diesmal allerdings nur eine Namensänderung. Aus Bionade Forte wird ab sofort Bionade Aktiv. „Damit wollen wir die Differenzierung zwischen der klassischen Bionade Limo-Range und dem für Sportler gedachten Mineralaufbaugesetz Bionade Aktiv erleichtern“, begründet

Geschäftsführer Peter Kowalsky. Natürlich bleibt Bio-Limo ein Umsatzrenner. So wirbt die Stralsunder Brauerei (Nordmann Unternehmensgruppe) für die neue Linie namens Bios mit dem Hinweis auf 100%-ige Bio-Qualität ohne Zuckerzusatz und mit echten Bio-Aromen. Auch die Huser Mineralbrunnen wollen mit ihrer Marke Bioaqa bundesweit Fuß fassen, nachdem sie mit einer Handelsmarke bereits bei Netto gelistet sind. Auch die Neumarkter Lammsbräu engagiert sich weiter auf dem AfG-Sektor und bietet mit der Marke Biogluxerine Bio-Limonade in zwei Geschmacksrichtungen an. Mit einem Wellness-Drink und diversen Säften will die schweizerische Biotta AG den Durchbruch im LEH zu schaffen. Helfen soll dabei die Umstellung auf 0,25 l Flaschen. Auf die ganze Frucht setzt dagegen die Jufico GmbH mit ihren Smoothies der Marke Fruchtbar. Und Adelholzener bringt eine neue Mischung Orange-Maracuja. wh/lz 09-08



Kult-Apfel: Der erste Bio-Streuobst-Apfelwein auf der Biofach, abgefüllt von der Kelterei Elm aus der Rhön.