

Bio-News ▶ Bio-News ▶ Bio-News

Bio4Fresh ist ein vollkommen natürlicher und nachhaltiger Luftreiniger. Er wird aus speziell behandelten Vulkanmaterialien gefertigt und ist vollkommen geruchsfrei. Wenn er abgedient hat, kann er über den Biomüll entsorgt werden. Bio4Fresh ist TÜV Austria geprüft.

Höllinger. Einen Umsatzzuwachs von 20 Prozent auf sechs Millionen Euro, konnte GF Gerhard Höllinger (Foto) im letzten Jahr erwirtschaften. Stark im Fokus liegt der Export, der Anteil beträgt bereits 20 Prozent. Insgesamt erzeugt das Unternehmen 42 Produkte. 2011 sollen weitere 14 dazukommen.



Zimmermann. Die Herstellung von Bionahrungsmitteln hat bei den deutschen Fleischwerken Zimmermann lange Tradition. 15 Prozent der Gesamtproduktion sind Bio, mit Schwerpunkt Bio-Teigware. Der Fokus für Österreich liegt im Bereich Frische (Weißwurst und Bio-Teigware). 2010 lag der Umsatz bei 65 Millionen Euro.

Yuu'n Mee. Die österreichische Seafood-Firma brachte mit der Bio-Garnele Black Tiger, eine absolute Meeresfrüchte-Innovation auf den Markt. Gelistet ist das Produkt bereits bei Interspar, Billa, Merkur, Spar Gourmet und Maximarkt. „In Kürze wird ein Bio-Produkt für den Großhandel folgen“, erklärt Yuu'n Mee Quality Manager DI Klaus Palmetzhofer (Foto).



Woerle ist mit seinen Bio-Heumilchprodukten über Österreichs Grenzen hinaus sehr erfolgreich. „Wir erzielen in Deutschland zweistellige Absatzzuwächse, die Nachfrage ist enorm“, so Vertriebs- und Marketingleiter Gerald Kotzauer. Woerle erzielte 2010 einen Gesamtumsatz von 105 Millionen Euro, produziert wurden 30.000 Tonnen.

Die **Steierkraft Naturprodukte GmbH** mit Sitz in Wollsdorf (Stmk.), beschäftigt rund 78 Mitarbeiter und erwirtschaftete einen Umsatz von rund 30 Millionen Euro. Die Exportquote liegt bei 45 Prozent, rund 20 Prozent der Produkte werden bereits aus kontrolliert biologischem Anbau vermarktet.

Die **fairea gmbh** konnte sein gut so! Sortiment auf 85 Artikel aus sieben Produktgruppen ausbauen. Der Umsatz lag 2010 bei zwei Millionen Euro. „Das heurige Ziel ist, die Anzahl auf 130 bis 150 Produkte zu erhöhen“, erklärt fairea gmbh Geschäftsführer Hermann Hagspiel (Foto). 50 bis 60 Prozent der Produkte werden über den Online-Händler Amazon angeboten.



NaKu bietet seit 2007 kompostierbare Frischhaltebeutel auf Basis nachwachsender Rohstoffe an. Zu den Kunden zählen etwa Haubi's und Eurospar, auch der Winkler Markt in Oberösterreich führt die Frischhaltebeutel. Ziel für 2011 ist es, die Kooperation mit dem Handel zu forcieren. „Wir können sehr flexibel reagieren und ohne weiteres größere Unternehmen bedienen“, so GF Ute Zimmermann (Foto).



Sonnenor eröffnet Ende Mai in München sein erstes Auslands Franchise-Geschäft mit 80 m² Verkaufsfläche. Im Geschäftsjahr 2009/2010 konnte Sonnenor einen Umsatz von 20,5 Millionen Euro erwirtschaften. Auf Deutschland entfallen dabei bereits 50 Prozent. Für 2011 stehen wieder zahlreiche Produktinnovationen ins Haus. Darunter erstmals sechs Schokoladensorten, sowie die neuen Tee-Sorten „Bald Mami“ und „Sonnenkind Baby“.

Die **BioArt AG** entwickelte eine biologisch laktosefreie Kuhmilchschokolade in den Sorten Vollmilch und Vollmilch Haselnuss. Die Schokolade soll international vertrieben werden, der Fokus liegt auf Private Label.

Die **NeWi GmbH** hat speziell für Kinder im Alter von drei bis zwölf Jahren mit Spacy Bio, das erste interaktive Kinder-Bio-Getränk kreiert. Eingeführt im September 2010 zeigt sich die NeWi GmbH mit der Entwicklung sehr zufrieden. 2011 soll die Marktposition in Österreich nachhaltig ausgebaut und ein bis zwei neue Geschmacksrichtungen eingeführt werden. Werblich wird der Handel über TV-Spots, Displays und Plakate sowie über Online-Kampagnen unterstützt. 2010 konnte die NeWi GmbH mit Spacy Bio durch die Marketingkampagnen über 21 Millionen Kontakte erzielen.

