

# Die Herstellung von Bioglace ist nicht immer ein Schleck

Bioglace ist ein Wachstumsmarkt. Die Herstellung ist kein Hexenwerk, problematisch ist aber, dass es für die oft kleinen Produktionsmengen Schwierigkeiten bei der Rohstoffbeschaffung gibt. Anfang Oktober führt das FiBL einen Kurs für die Herstellung von Bioglace durch, der im kommenden Frühling durch zwei weitere Module vertieft werden soll.

«Um Biobananensaftkonzentrat zu kaufen, habe ich kürzlich eineinhalb Wochen in der ganzen Welt herumtelefoniert», sagt Fabian Wenger. Damit spricht der Produktionsleiter bei Gasparini Gelati in Münchenstein BL eine der grössten Hürden für die Bioglaceproduktion an: die Verfügbarkeit der notwendigen Rohstoffe.

Dabei geht es meistens um die Fruchtbestandteile. Da die Aromabeigabe bei der Glaceherstellung gemäss Bio Suisserichtlinien untersagt ist, benötigen die Fabrikanten Fruchtkonzentrat und -saft. Die Schwierigkeit besteht dabei nicht primär in der Verfügbarkeit, sondern in der benötigten Menge. «Es ist kein Problem, fünf Tonnen Bananensaftkonzentrat zu kaufen», so Wenger. Schwierig sei es aber, lediglich 100 oder 150 Kilogramm zu kaufen, was in etwa dem jährlichen Bedarf bei Gasparini entspricht, um daraus die berühmten Bananen-Schokolade-Stängel herzustellen, die seit diesem Jahr neu in Bioqualität angeboten werden.

## Auch Veganer wollen traditionelle Aromen

Ähnlichen Problemen begegnet bei der Produktion ihrer veganen, laktosefreien Bioglace unter dem Markennamen «The Green Fairy» (die grüne Fee) auch Sonja Dänzer aus Zürich. Bei ihr waren es Biopistazienpaste, Fruchtmark und schwarze Bioschoggi in Fairtrade-Qualität, deren Beschaffung in Kleinmengen sich aufwendig gestaltete.

Daneben hat die studierte Philosophin und Ethikerin Dänzer in ihrer dreijährigen Jungunternehmerkarriere auch feststellen müssen, dass selbst in einem trendbewussten Segment wie dem veganen die Geschmäcker eher konservativ sind. Nachdem sie zu Beginn mit exotischen Aromen wie Ingwer, Zimt und Kardamom experimentiert hatte, musste sie bald feststellen, dass sich nur wenige Wagemutige auf diese Gaumenexperi-

mente einlassen wollten. Unterdessen ist sie bei traditionellerem wie Strawberry, Chocolate-Chip und Pistache angelangt; wobei, wie sie betont, in allen ihren Produkten «Stückli» drin seien, was wiederum direkte Auswirkungen auf die Herstellungskosten habe.

## Kurs für Einsteiger und erfahrene Produzenten

Über diese und weitere Erfahrungen werden Dänzer und Wenger gemeinsam mit weiteren Expertinnen und Experten am 10. Oktober in Frick an einem Kurs zur Herstellung von Bioglace referieren.

Inhaltlich stehen beim Einführungskurs die Anforderungen der Bioverordnung inklusive Etikettierung und Rezepturen im Vordergrund. Der Kurs, welcher im Frühjahr 2015 mit zwei weiteren Modulen vertieft werden soll, richtet sich an Landwirtinnen und Lanwirte, kleinere Gewerbebetriebe wie Bäckereien und Käsereien.

Zum Zielpublikum gehören sowohl Einsteiger wie auch erfahrene Glacehersteller. Die Veranstalterinnen Regula Bickel und Sigrid Alexander erwarten ein breites Teilnehmerinteresse, denn ungeachtet der Probleme bei der Beschaffung ist der Markt ein gefreuter. Bioglace macht zwar erst einen kleinen Teil des Markts aus, der aber beständig wächst, wie Fabian Wenger bestätigt: Gasparini erwirtschaftet mit den drei Biostängelglacen und den zwei Cornets bereits sechs bis sieben Prozent des Umsatzes, Tendenz steigend.

Adrian Krebs

[www.thegreenfairy.ch](http://www.thegreenfairy.ch)  
[www.gasparini.ch](http://www.gasparini.ch)

*Der Kurs Einführung in die Bioglace Herstellung findet am 10. Oktober 2014 am FiBL statt. Anmeldungen unter [www.fibl.org](http://www.fibl.org) -> Anmelde-service oder per Post an [FiBL](mailto:FiBL), Anmelde-service, Ackerstrasse 117, 5070 Frick.*



Der Hersteller des legendären Basler Zolli-Cornets von Gasparini wird die Teilnehmer des FiBL-Kurses in die Feinheiten der Bioglaceherstellung einführen.

## Marktbedürfnisse und Vermarktung

Wie werden Marktbedürfnisse sichtbar? Und wie können daraus innovative Produkte entwickelt und erfolgreich vermarktet werden? Diesen Fragen widmet sich am 24. Oktober 2014 in Frick die Bioverarbeitertagung von [bio.inspecta](http://bio.inspecta), [bionetz.ch](http://bionetz.ch), Bio Suisse, Demeter und FiBL. Referieren werden am Vormittag Jörg Reuter, ein Spezialist für die Integration von Nachhaltigkeit in Markenstrategien, Richard Kägi, der für Globus Delicatessa als sogenannter Food Scout auf der Suche nach Delikatessen die Welt durchstreift, und Marcel Wächter, der Verkaufsleiter der im Mülleigewerbe tätigen Groupe Minoteries. Am Nachmittag unterhalten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in einem sogenannten World Café, einer intensiven Gruppendiskussion an wechselnden Tischen über das Gehörte und versuchen Erkenntnisse für den Bearbeitungsalltag zu gewinnen. Anmeldung wie für den Glacekurs (siehe Anmerkung zum Hauptartikel). akr