

Bio als Chance für die Gastronomie und Hotellerie – Bioland berät auf der HOGA

Augsburg, November 2018. Bio-Produkte werden auch im Außer-Haus-Markt immer stärker nachgefragt; Ansprüche in Bezug auf Qualität, transparente und regionale Herkunft sowie ethische Werte steigen. Bioland reagiert mit einem Informations- und Beratungsangebot und stellt auf der HOGA, ein breites Feld an Profilierungsmöglichkeiten mit entsprechenden Wachstumspotenzialen vor. Vom 13. bis 15. Januar berät Bioland in Halle 4, B40 Köche, Gastonomen und weiteres Fachpublikum zu Bio in der Profiküche.

Ebenso wird auf der Messe die neue dreistufige Bioland-Gastronomie-Auszeichnung – Gold, Silber, Bronze – präsentiert. Interessierte Betriebe können sich beim Bioland-Beratungsteam über die Voraussetzungen und die Umsetzung des Gastronomiekonzeptes informieren.

„Die stärksten Motive für Bio in der Gastronomie sind die hohe und gesicherte Qualität der Bioland-Produkte, der regionale Bezug, Glaubwürdigkeit und Tierwohl“, sagt Sonja Grundnig, die bei Bioland den Bereich Außer-Haus-Markt leitet. Am Bioland-Stand erhalten die Messebesucher neben Beratung zum Einsatz von Bio-Produkten und zur Bio-Zertifizierung Informationen über regionale Belieferungsmöglichkeiten und Produktneuheiten

Am Bioland-Stand präsentieren folgende Bioland Partner ihr vielfältiges Angebot für Gastronomie und Hotellerie: der Bio-Großhändler Ökoring, die zwei Brauereien Neumarkter Lammsbräu und Brauerei Clemens Härle, die Landkäserei Herzog sowie Demeter Felderzeugnisse.

Immer mehr Gastronomen und Köche erkennen die Bio-Gastronomie als Chance. Indem sie ihr Angebot mit hochwertigen Speisen und Getränken in regionaler Bio-Qualität ergänzen, gewinnen sie neue Kundenkreise und lernen neue Produkte kennen. Bioland unterstützt gastronomische Einrichtungen vom Restaurant bis zum Hotel bei der Integration von Bio-Lebensmitteln – vom Umstellungskonzept bis zur Pressearbeit.

Weitere Informationen zum Gastronomiekonzept von Bioland finden Sie unter www.bioland.de/gastro.