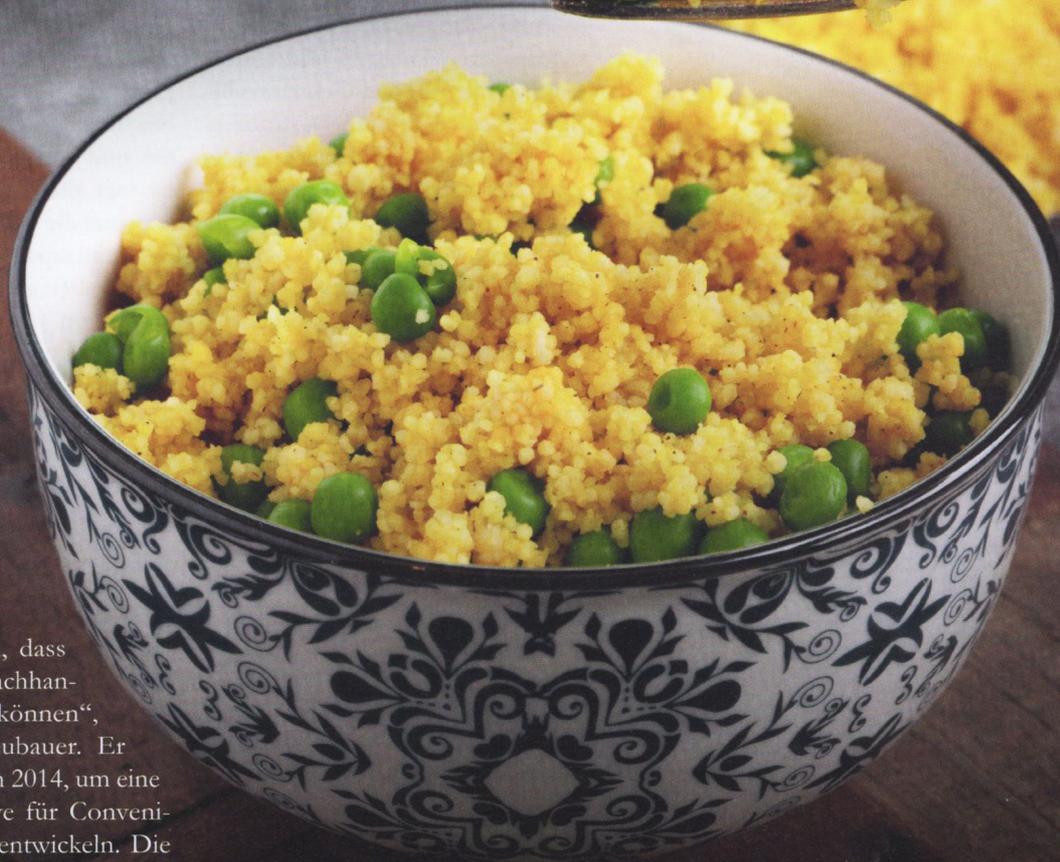


# Bio sucht Handel

MACHER • Blattfrisch produziert Salate: regional, frisch, bio. Fünf Jahre nach der Gründung schreibt das junge Unternehmen bereits schwarze Zahlen, dank eines Auftrags der Deutschen Bahn. Jetzt sucht Blattfrisch wieder seinen Platz am Markt – im Bio-Fachhandel und im LEH.



„Lange dachte ich, dass wir nur mit dem Fachhandel groß werden können“, erzählt Georg Neubauer. Er gründete Blattfrisch 2014, um eine gesunde Alternative für Convenience-Produkte zu entwickeln. Die Zutaten für die bunten Salate sind bio. Bisher arbeitet das Unternehmen hauptsächlich mit dem Fachhandel zusammen. Der bisher größte Erfolg kam mit dem konventionellen Handel: Über ein Jahr lang lieferte Blattfrisch an alle deutschen Fernzüge. „Das war unser erster großer Auftrag“, erzählt der Gründer. Das Geschäft mit den Bordbistros der Deutschen Bahn ließ das Unternehmen schnell wachsen: 370.000 Euro Umsatz erzielte Blattfrisch 2017, im Jahr 2018 waren es bereits 1,3 Millionen Euro. „Das war unser erstes profitables Jahr“, sagt Neubauer. Die Kooperation startete Ostern 2018 – inzwischen ist sie jedoch wieder beendet. „Aus wirtschaftlichen Gründen“, laut Neubauer. Auf Nachfrage der BIOwelt bestätigt auch Marco Tröber, Produktmanager für den Gastronomie Bordservice: „Nach ein paar Monaten

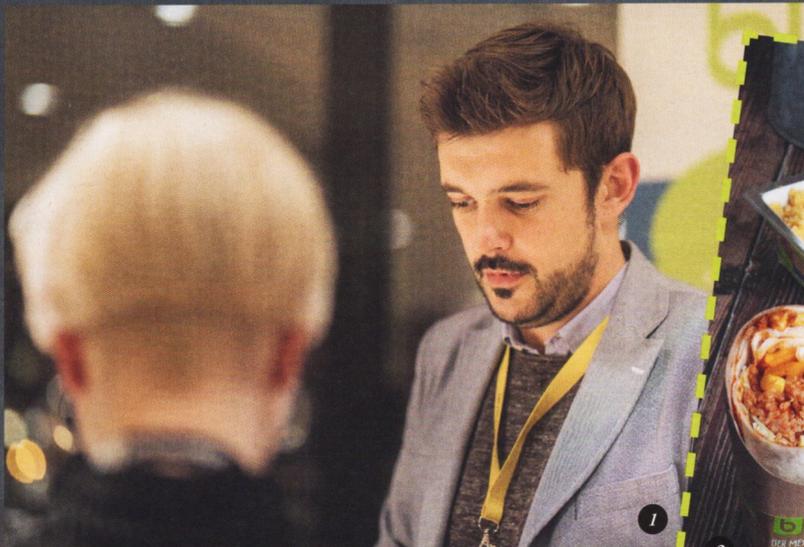
im Sortiment haben wir feststellen müssen, dass der Absatz im To-go-Segment nicht gestiegen ist“.

**Neue Wege.** Nach einem erfolgreichen Jahr ist das junge Unternehmen nun wieder auf der Suche nach Absatzwegen. Blattfrisch beliefert mehrere Bio-Märkte im Raum Hamburg und Lüneburg, den Verkauf auf Wochenmärkten hatte Neubauer nach nur einem Jahr aufgegeben. „Die Umsätze waren nicht so super“, lautet die Begründung. Jetzt würde er gern verstärkt in den Bio-Fachhandel liefern, der allerdings räumt Convenience-to-go Produkten eher wenig Platz im Regal ein. Mehrere Kooperationen bestehen zwar, Blattfrisch sucht jedoch parallel nach verbindlicheren und größeren Absatzkanälen. Aktuell scheint der Gründer diese eher im konventionellen Handel zu

finden, bald gibt es die Salate bei Kaufland. Er verhandelt außerdem mit Edeka und weiteren Supermärkten, deren Namen nennt er jedoch noch nicht.

**Verpackung.** Damit Blattfrisch überhaupt in den Handel liefern kann, passte Neubauer die Verpackung für die Salate an. Anfangs waren die Produkte nur drei Tage haltbar, jetzt ist es eine Woche. Grund dafür ist vor allem eine luftdicht versiegelte Packung sowie ein Gasaustausch, sodass die Zutaten länger frisch bleiben. Außerdem wollte Blattfrisch weniger Plastik nutzen. Inzwischen besteht die Verpackung aus einer stabilisierenden, bedruckten Pappe und einer dünnen Folie an der Innenseite. Beides ist voneinander trennbar. Im Vergleich zum Vorgängermodell spart Blattfrisch dadurch 70 Prozent Plastik ein.

**70  
Prozent  
weniger  
Plastik**



(1) Georg Neubauer ist Gründer und Geschäftsführer von Blattfrisch.

(2) Im Sortiment: Blattsalate, Schichtsalate und Wraps.

**Einkauf.** Bio allein reicht dem Gründer nicht aus, er bezieht außerdem Rohstoffe aus der Region und passt sein Sortiment der Saison an. Das Angebot wechselt zum Teil, je nachdem welche Lebensmittel gerade verfügbar sind. Zu Beginn änderten sich die Rezepturen noch wöchentlich. Die ständige Umstellung der Artikel stellte sich allerdings sowohl für Hersteller als auch Händler als zu aufwendig heraus. Aktuell liefert Blattfrisch deshalb vier verschiedene Sortimente, die mit den Jahreszeiten wechseln: Zum Linsensalat gibt es im Herbst Kürbis-Chutney, im Winter dann Zuckerrüben. Das Gemüse und die Salate lieferten anfangs ausschließlich Landwirte aus der Region Hamburg. Mit dem Wachstum des Unternehmens dehnte der Gründer seinen Einkauf aus, nun bekommt er auch Ware vom Großhändler Naturkost Nord. Zwei Lohnhersteller verarbeiten die Zutaten und füllen sie ab. Einer davon

fertigt auch Gerichte für die Deutsche Bahn an, und so entstand der Kontakt zu Blattfrisch.

**Bio to go.** Fertige Gerichte in Bio-Qualität – das ist Neubauers Idee, die er mit Blattfrisch umsetzt. „Der Bio-Anteil bei Convenience ist verschwindend gering“, so der Gründer, „er liegt unter zwei Prozent“. Neubauer sieht To-go-Produkte ganz deutlich im Trend, die Ausrichtung der großen konventionellen Supermärkte verdeutliche das. Die Regale für Convenience-Produkte nehmen dort zunehmend mehr

Platz ein. Produkte in Bio-Qualität sind jedoch selten, Bio-Märkte bieten nur wenige fertige To-go-Gerichte an. Neubauer ist jedoch überzeugt, dass seine Salate bei Bio-Kunden auf Interesse stoßen. Er würde deshalb gerne verstärkt in den Fachhandel liefern. Mit neuen Konzepten will er die Bio-Märkte überzeugen. Bis das allerdings klappt, bewegt sich Blattfrisch erst mal in Richtung konventioneller LEH. Damit liegt bald ein weiteres Bio-Produkt in den Regalen der Edekaner.

| Julia Schächtele



(3) Gibt es nur im Herbst: Kürbis Chutney zum Linsensalat.  
(4) Cousous-Salat liefert Blattfrisch das ganze Jahr über.

Anzeige

**NEU** **REGAFLO<sup>®</sup>R-PRO**  
**Kapseln 15+**

- ✓ 15 milchsäurebildende Bakterienkulturen aus 4 Bifido-, 9 Lactobacillus- und 2 Streptococcus-Bakterienstämmen
- ✓ plus Inulin Ballaststoffe
- ✓ magensaftresistent, effektive Freisetzung erst im Darm
- ✓ besonders zu empfehlen nach einer Antibiotika-Einnahme

- ✓ laktosefrei
- ✓ gelatinfrei
- ✓ glutenfrei
- ✓ hefefrei
- ✓ vegan

Erhältlich bei Ihrem Großhändler!  
HOYER GmbH, D-82398 Polling • [www.hoyer-vital.de](http://www.hoyer-vital.de)

**HOYER**