

bioPress

Fachmagazin für Naturprodukte

Einzelhandel

■ **Neuanfang
mit Bio-Fokus**

Großhandel

■ **Claus-Gruppe
weiter im Wandel**

Hersteller

■ **Bohlsener
Mühle**



Bio-Warengruppen:

Unverpackt • Pasta

• Pralinen, Form-Schokolade



Introducing the Industry's Finest Natural & Organic Products

Humbly made from nature's most wholesome ingredients & inspired by the most trusted principles of agriculture.



Organic Rice

BASMATI GRAIN
BROWN, PARBOILED, & WHITE
ROUND GRAIN
BROWN & WHITE
LONG GRAIN
BROKEN, BROWN
PARBOILED, & WHITE
MEDIUM GRAIN
BROWN & WHITE
RED GRAIN
RICE FLOUR
BROWN, & WHITE
SEMOLINA
BROWN, PARBOILED, & WHITE

Wir nehmen zusammen mit unserer Exklusiv-Vertretung Anabela Foods an der
Biofach eSPECIAL 2021 online teil

We take part in the Biofach eSPECIAL 2021 online together with our exclusive representative
Anabela Foods

Multiple Drying Units

10,000 Tons of Paddy Rice Storage

100% Stainless Steel Parboiling Unit

Advanced Milling Technology with Infrared Sorters

2,000 Tons of Finished Rice Product Storage Capacity with CO2 Treatment



Production Facility
Taj Food (Pvt) Ltd.
info@tajfoodpk.com
www.tajfoodpk.com

USA Sales Office
AKC Commodities, Inc.
info@akccommodities.com
www.akccommodities.com

Europe Sales Office
Anabela Foods e.K
info@anabelafoods.de
www.anabelafoods.de



Herausgeber:
Erich Margrander

Sie finden unsere
Internet-Seiten unter:
www.biopress.de

Verlag:

bioPress Verlag KG
Schulstr. 10, 74927 Eschelbronn
Tel. +49 (0) 6226 95110
Fax +49 (0) 6226 40047
e-mail: redaktion@biopress.de

Anzeigen:

Marita Sentz, ms@biopress.de
Tel. +49 (0) 6226-95110, Fax -40047

Es gelten die Preislisten
Nr. 16 vom 01.01.2020

Auflage

Nr. 106 /Januar 2021:
20.000 Exemplare

Erscheinungsweise:

April / Juli / Oktober / Januar

Jahresbezugspreis:

30,- € incl. MwSt./Versand für vier
Ausgaben (Inland),
Auslandsabos (außerhalb EU zzgl.
Bankgebühren 10,- €) + Versand
Porto 8,- €, Luftpost 25,- €.
Abonnements sind mit einer Frist
von 6 Wochen zum Ende des
Kalenderjahres kündbar.

Redaktion + Layout:

Erich Margrander, Elke Reinecke,
Lena Renner, Marita Sentz, Leonie
Thomas

AutorInnen dieser Ausgabe:

Alexander Beck, Matthias Beuger,
Michael Böhm, Denise Gider,
Carolyn Hutter, Katja Lotz, Bettina
Pabel, Elke Reinecke, Lena Renner,
Maren Ann-Kathrin Sauter, Burkhard
Schäfer, Cora Schramm

Redaktionsanschrift:

bioPress Magazin
(vormals bioFach Magazin)
Schulstr. 10, 74927 Eschelbronn
Tel: +49 (0) 6226 95110

Redaktion + Termine

+49 (0) 6226 400 47
redaktion@biopress.de

Titelbild:

Bohlsener Mühle GmbH + Co. KG
Mühlenstraße 1
29581 Bohlsen
www.bohlsener-muehle.de

Für unverlangt eingesandte
Manuskripte/Bilder übernehmen
Verlag und Redaktion keine Haftung.
Veröffentlichte Manuskripte gehen
in das Eigentum des Verlages über.
Vervielfältigung und Nachdruck nur
mit ausdrücklicher Genehmigung
durch den Verlag.
Erfüllungsort und Gerichtsstand ist
Heidelberg.

Liebe Leserinnen, liebe Leser.

Die Latte für Bio liegt höher denn je. Dort-
hin gelegt haben sie (fast) alle Landwirt-
schaftsministerien, dazu Ernährungs- und/
oder Familien- und Erziehungsministerien
und auch in manchen Wirtschaftsministe-
rien ist Bio angekommen. Der Clou dabei:
Bio-Einsatz in Kantinen lässt sich direkt
durch Entscheidungen von Politikern be-
einflussen. So attraktiv war Bio noch nie.

In Ausschreibungen werden Bioquoten vor-
gegeben, und schon gewinnt nicht mehr der
Billigste das Los. Aber Vorsicht, Zusagen in
der Ausschreibung werden nicht immer
ernst genommen. Schließlich ist doch
Fleisch aus Massenproduktion für Kantinen-
esser die vorgezogene weil billigere Va-
riante. Und bevor Vernunft siegt, blockieren
oft Egoisten, die auf der Klaviatur von Äng-
sten spielen, den Fortschritt.

Auch die Verbraucher reden heutzutage mit
bei der Qual der Wahl. Man geht schlicht
dort einkaufen, wo es Bio gibt. Das zeigen
die Zahlen während der Corona-Pandemie.
Die Gastronomie musste schließen, mehr
Essen hat wieder zurück in die privaten Kü-
chen gefunden. Und was passiert da? Der
Bio-Umsatz steigt sprunghaft, vor allem bei
den Biovollsortimentern, den 100 Prozent
Fachgeschäften. Kaufleute sollten daraus
Konsequenzen ziehen.

Wer mischt noch mit? Die Anbieter, der
Handel! Und auch die Hersteller? Wenn ja,
welche? Nummer Eins im Biohandel ist
Aldi, zwei dann REWE, drei Dennree – von
dem der konventionelle LEH wenig mitbe-
kommt. Was treibt Dennree? Den Fachhan-
del bedienen und sie erzielen damit über
eine Milliarde Euro Umsatz. Alnatura folgt
mit knapp einer Milliarde! Die aber sind die
beliebteste – weil so bekannte? – Biomärke.
Die Nummer Eins und Zwei und Vier ma-
chen ihren Umsatz größtenteils mit ihrer
Handelsmarke. Dennree bewegt zwar auch
Mengen mit der Eigenmarke, lebt jedoch
überwiegend vom Großhandel mit vielen
Biomärkten. Und das ist dann auch der Vor-
teil des Fachhandels: Im Bio-Laden und -Su-
permarkt finden die Verbraucher die ge-
wünschte Markenvielfalt. Auswahl, oft nach
Herzenslust.

Vor zwanzig Jahren, als bioPress in Umfra-
gen beim LEH noch unter ein Prozent Bio-
angebote vorfand, gab es neben der Han-
delsmarke noch zwei, drei Dachmarken.

Alle hatten ein ähnliches Produktportfolio.
Und heute? Sind es im Durchschnitt viel-
leicht sieben Prozent Bioanteil am Sorti-
ment. Manche, wie tegut, schaffen sogar 30
Prozent und profitieren als Leuchtturm von
hoher Kundenbeliebtheit. Ein bisschen Bio
ist mühselig. Wo geklotzt wird, brummt
heute das Biogeschäft.

Die Politik konzentriert sich auf 25 Prozent
Anteil ökologischer Landbau. Mindestens.
Bayern und Baden-Württemberg trauen sich
30 und mehr Prozent zu! Und was bedeu-
tet das? Sieben bis acht Prozent Bio-Markt-
anteil waren es 2020, oder 14 Milliarden
Euro Handelsumsatz. Das hochgerechnet
auf 25 Prozent ergibt dann? Plus 20 Milliar-
den – über den Daumen betrachtet! Und
wer bitte nimmt diese Biomengen in den
kommenden Jahren in die Hände?

Wer zögert, bleibt auf der Strecke. Viele klas-
sische Bioanbieter stehen immer noch mit
den Händen in ihren Hosentaschen da.
Doch das täuscht! Die meisten liebäugeln
schon längst mit Umsätzen bei den Kaufleu-
ten. Viele Bio-Hersteller ergänzen ihre Pro-
duktionsauslastungen seit vielen Jahren mit
der Herstellung der Handelsmarken. Und
stöhnen unter der Abhängigkeit.

Das passt jedoch nicht zu den ganzheitlichen
Ansätzen der Biobranche. Da sind eher alte
Marktkräfte am Werk, deretwegen die Bio-
branche sich aufgemacht hat, die Welt wieder
vom Kopf auf die Füße zu stellen.

Nicht so einfach, die eigene Marke in die
Regale zu bringen. Manche arbeiten gar
daran, erst alle Supermärkte in Biosuper-
märkte verwandeln zu wollen. An der
Schwelle von Bio im Mainstream und bei
dem absehbaren kräftigen Aufschwung, wo
Bio in die Breite getragen wird und flächen-
deckenden Marktzugang findet, dreht sich
der Wind. Wer jetzt schon in den Startlö-
chern hockt, kann los spurten. Wer erst
noch die Schuhe anziehen oder gar noch
aus dem Schrank kramen muss, wird das
Nachsehen haben.

Kaufleute heben sich vom Wettbewerb ab
mit Qualitätsangeboten. Sie vermeiden Ein-
heitsbrei und ordern Marken-Vielfalt. Pro-
dukte mit Geschichte und Herkunftsgaran-
tie. Ihre Vorstufe kann das, jedoch (noch)
nicht mit Bio.

Erich Margrander
Herausgeber



Christian Schmid für EDEKA

8

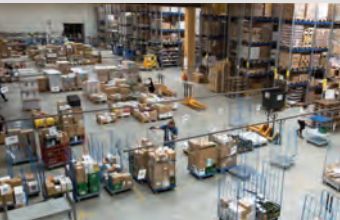
Handel

8 Neuanfang mit Bio-Fokus

Das im Oktober 2020 neu aufgestellte E center Harburg geht mit 3.000 Bio-Produkten an den Start. Geschäftsführer Tadeusz Chmielewski hat die Zeichen der Zeit erkannt: Der Bio-Anteil wurde verdoppelt, das Angebot bei Obst- und Gemüse, bei den Molkereiprodukten und den Bedientheken ausgebaut und verstärkt auf Regionalität und Nachhaltigkeit gesetzt.

14 Claus-Gruppe weiter im Wandel

Schon fast 60 Jahre existiert das Familienunternehmen Claus Reformwaren. Als Mittler zwischen den europäischen Handelswelten und als Service-Vollanbieter für Logistik, Produkteinführung und Produktmarketing kann es auf eine erfolgreiche Historie zurückblicken. Jetzt arbeitet es an einer Erweiterung der Geschäftsfelder.



14

Ernährung/Ernährungsstil

18 Mit Yin und Yang zum langen Leben

Die Makrobiotik teilt unsere Lebensmittel in Yin und Yang und propagiert den notwendigen Ausgleich zwischen diesen beiden Kräften in unserer Ernährung – zum Wohle der Gesundheit von Körper und Seele.



18

Hersteller

22 Ein Bio-Leuchtturm im Norden

Die Bohlsener Mühle bei Uelzen ist ein Vorzeige-Projekt für nachhaltige Unternehmenskultur. Bio-Pionier und Mühlen-Besitzer Volker Krause versteht in seinem Unternehmen Umweltschutz und regionale Landentwicklung als Realpolitik vor Ort.



Lars Wendlandt

22

Markt

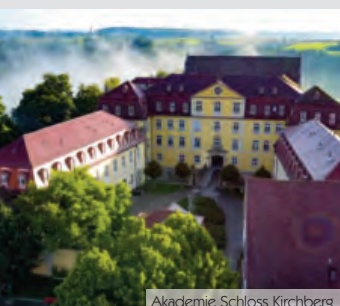
26 Überdurchschnittliches Öko-Wachstum in Niedersachsen

Niedersachsen glänzte 2019 mit fast 13.000 Hektar neuer Öko-Fläche. Das ist der zweitgrößte Flächenzuwachs aller Bundesländer.

27 Neuer Verbund soll Naturkostfachhandel stärken

28 Mehr Vielfalt bei pflanzenbasierten Lebensmitteln!

Mehr kulinarische Vielfalt und eine bessere Verfügbarkeit pflanzenbasierter Lebensmittel, vor allem im vertrauten Supermarkt – das wünschen sich die Kunden laut einer europäischen Verbraucherumfrage.



Akademie Schloss Kirchberg

30

Kongress

30 Große Politik und kleine Strukturen

Der Corona-Krise geschuldet hat die Akademie Schloss Kirchberg die III. Öko-Marketingtage weitgehend ins Netz verlagert. Mehr als 450 Teilnehmende verfolgten die Beiträge per Livestream.

Ausland

34 Der italienische Biomarkt wächst weiter

Italien kann mit sieben Prozent mehr Bio-Einkäufen im letzten Jahr aufwarten und mit einer in 2019 auf zwei Millionen Hektar angewachsenen ökologischen Anbaufläche.

36 Bio in Österreich 2019

2019 wurden in Österreich Bio-Lebensmittel im Gesamtwert von etwas mehr als zwei Milliarden Euro abgesetzt und mehr als ein Viertel der landwirtschaftlichen Nutzfläche ökologisch bewirtschaftet.

Nachhaltigkeit

38 Pestizide in freiem Flug

Eine neue Studie des Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft und des Umweltinstituts München zeigt, dass sich Ackergifte in ganz Deutschland kilometerweit durch die Luft bis in den letzten Winkel verbreiten.

40 Nationales Aus für unlautere Handelspraktiken

Das Bundeskabinett beschließt Gesetzesentwurf zur Umsetzung der UTP-Richtlinie.

42 Das Problem mit der Verpackung

Verpackungen sollen umweltfreundlich sein und gleichzeitig den Schutz der Produkte garantieren. Die Suche nach den besten Lösungen gestaltet sich schwierig.

Sortimente

44 Bio-Unverpackt

50 Gut genudelt

58 Schokosüße Momente

Verband

64 Green Deal oder Green Washing?

Alexander Beck von der AöL diskutiert welche Maßnahmen notwendig sind, damit vom 'Green Deal' mehr als nur 'Green Washing' übrigbleibt.

65 The Penny lane: Wahre Preise bei Penny.

Messe

66 Biofach 2021 – Die Biobranche in Corona-Zeiten

Mit dem Biofach eSpecial von 17. bis 19. Februar 2021 findet der Branchentreff der Bio-Szene diesmal in der digitalen Welt statt. Der live gestreamte Biofach-Kongress steht 2021 unter dem Motto 'Shaping Transformation. Stronger. Together'.

68 Natexpo 2020: Innovationen und Austausch

Die Natexpo konnte trotz Corona-Krise wie geplant Ende September 2020 in Lyon stattfinden. Knapp 8.000 Fachbesucher trafen auf rund 700 Aussteller.

6

News

69

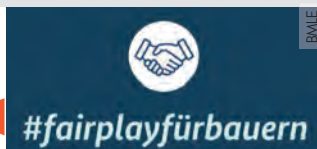
B2B Lieferantenverzeichnis

71 ff

bioPress Fokus 01 GV Großverbraucher

97

Produktvorstellung



40



42



64



66



71



ALB-GOLD



#PLASTIKFREI

ALB-GOLD Nudeln in der umweltfreundlichen Packung. Jetzt auch Spaghetti und Co. plastikfrei in Papier verpackt. Mehr unter alb-gold.de



DE-ÖKO-006
EU-Landwirtschaft

Recup-Mehrwegbecher bei denn's



Zum 1. Oktober 2020 startete die Biomarkt-Kette denn's in 16 Märkten in Südbayern eine Testphase für das Coffee-to-go-Pfandsystem Re-

cup. Damit wolle das Unternehmen seiner Verantwortung für mehr Umweltschutz nachkommen und eine ressourcenschonende Alternative

zu Wegwerf-Produkten bieten. Wer seinen Coffee-to-go im Recup-Becher bestellt, muss einen Euro Pfand hinterlegen. Um das Pfand zurückzuerhalten, können leere Becher deutschlandweit bei den mehr als 50.000 Recup-Ausgabestellen wieder abgegeben werden. Die Becher werden vor Ort gereinigt und anschließend wieder ins System zurückgeführt.

Social Chain AG hat Clasen Bio übernommen



Die Social Chain AG als Experte für Aufbau und Entwicklung von Social Media Brands übernimmt die Carl Wilhelm Clasen GmbH mit ihrer Marke Clasen Bio und der LGR Nuss & Trockenfrucht Veredlungs GmbH & Co KG. Clasen Bio wird gemeinsam mit den anderen Food-Marken der Social Chain unter das Dach der neuen Food Chain GmbH gestellt, einer hundertprozentigen Tochter der Social Chain AG. Der Geschäftsführer bei Clasen Bio, Thomas Bönsch, betont: „Die herausragende Social-Media-Expertise der Social Chain AG ist der strategische Hebel, um Clasen Bio zu einer modernen Direct-to-Consumer Brand zu entwickeln. Für Clasen Bio bedeutet das einen Quantensprung in puncto Marketing und Vertrieb.“

Chef-Milch jetzt auch bei Hit und Alnatura

Die Bio-Milch von ‚Du bist hier der Chef!‘ ist seit Oktober 2020 auch bei Alnatura und Hit gelistet.

Seit Ende Juli war die frische Bio-Weidemilch als erstes Produkt der Initiative in 400 Rewe-Märkten

in Hessen und Umgebung erhältlich. Märkte von Edeka, Nahkauf, tegut und Wasgau folgten. Die

unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 1,45 Euro pro Liter, von denen 0,58 Euro an die Landwirte

gehen. Über die Ausgestaltung des Produkts konnte jeder Verbraucher auf der Website von ‚Du bist

hier der Chef!‘ mitbestimmen. Gewonnen haben Kriterien wie bio, regional, fair und Weidehaltung.

Greenpeace: Fleischkonsum kostet Milliarden

Der Konsum von Rind- und Schweinefleisch in Deutschland verursacht pro Jahr externe Kosten von 5,91 Mrd. Euro. Vor allem Umwelt- und Klimaschäden werden so auf die Allgemeinheit abgewälzt. Das ist das Ergebnis einer Studie des Hamburger Beratungsunternehmens Soil & More im Auftrag von Greenpeace. Nach Angaben von Greenpeace müsste der

Erzeugerpreis für Schweinefleisch um 100 Prozent höher liegen, um die wahren Kosten der Fleischerzeugung widerzuspiegeln. Bei Rindfleisch wären es um die 52 Prozent. Um die externen Kosten durch Umwelt- und Klimaschäden zu berücksichtigen, schlagen die Studienmacher differenzierte Mehrwertsteuersätze oder eine CO₂-Abgabe auf Fleisch vor.

Tuttofood auf Oktober 2021 verschoben

Tuttofood Mailand, die internationale B2B-Veranstaltung für den Agrar- und Lebensmittelsektor, die traditionell im Mai stattfindet, wurde in den Oktober 2021 verschoben. Die Messe wird jetzt zeitgleich mit der inter-

nationalen Gastronomie-Ausstellung HostMilano vom 22. bis zum 26. Oktober ihre Pforten öffnen. „Dass diese beiden stark miteinander verbundenen Veranstaltungen zur gleichen Zeit stattfinden, ermöglicht eine Aufwer-

tung des gesamten Lebensmittel- und Gastronomie-Sektors“, sagt Luca Palermo, der Geschäftsführer von Fiera Milano. So könne man die Unsicherheiten dieser Zeit in Chancen verwandeln.

Noch viel Kinderarbeit im westafrikanischen Kakaoanbau

Nach einer Studie im Auftrag des US-Arbeitsministeriums arbeiten noch immer rund 1,5 Millionen Kinder unter ausbeuterischen Bedingungen auf Kakaoplantagen in Westafrika. Demnach hat die Schokoladenindustrie ihr Versprechen, die Kinderarbeit auf Kakaoplantagen bis 2020 um 70

Prozent zu reduzieren, klar gebrochen. Die Entwicklungsorganisation Inkota und das Forum Fairer Handel fordern deshalb von der Bundesregierung ein ambitioniertes Lieferkettengesetz, das Unternehmen haftbar macht, wenn sie eine Mitverantwortung für Kinderarbeit tragen.

Flavex Naturprodukte bietet Bio-Extrakte ohne organische Lösungsmittel

Kohlendioxid-Extrakte aus Kräutern, Gewürzen und anderen Pflanzen liefern bioaktive Wirk- bzw. Duft- und Aromastoffe, die in Kosmetikprodukten und Parfüm, in Nahrungsergänzung sowie in Lebensmitteln und Aromen verwendet werden können. Sie sind keimfrei und benötigen keine Konservierung, da sie weder Wasser noch Proteine oder Kohlenhydrate

enthalten – dazu sind sie frei von Lösungsmitteln und Zusatzstoffen. Bei Flavex Naturextrakte werden aus einem einzelnen Rohstoff verschiedene Extrakte gewonnen. Die Firma ist seit fast 35 Jahren darauf spezialisiert, durch Extraktion mit überkritischem Kohlendioxid empfindliche Wirkstoffe schonend aus den jeweiligen Pflanzen zu gewinnen.

Friedensnobelpreis für das Welternährungsprogramm

Der Friedensnobelpreis 2020 ging an das Welternährungsprogramm der UN (WFP) für dessen weltweiten Kampf gegen den Hunger und die Verbesserung der Frie-

densbedingungen in Konfliktgebieten. Er ist mit zehn Millionen schwedischen Kronen (rund 950 000 Euro) dotiert. Seit Anfang der 1960er kämpft das WFP rund um den

Globus gegen den Hunger: Es seien insgesamt mehr als 17.000 Helfer im Einsatz, um jedes Jahr etwa 100 Millionen Menschen mit Essen zu versorgen



Diana Food

Acerola-Pulver mit Bio- und Fair-Trade-Zertifikat

Diana Food, Bestandteil des Symrise-Konzerns, bringt als erster Lieferant für Lebensmittelinhaltsstoffe Fair-Trade-Acerolapulver auf den Markt. Dieses bestehe aus schonend

getrockneten Acerolapulver und enthalte einen hohen Anteil an Antioxidantien. Es eigne sich für Tabletten, Getränke und funktionale Lebensmittel, in einigen Ländern auch für die bessere Haltbarkeit

von herzhaften Anwendungen oder Backwaren. Das Unternehmen adressiere mit dem neuen Produkt die steigende Verbrauchernachfrage nach fairen und gesunden Inhaltsstoffen.

Die BioMessen 2021



Harting und Tovar

Für die BioMessen wird das Messejahr 2021 mit der BioOst am 25. April in Leipzig beginnen und der BioWest am 16. Mai in Düsseldorf. Am 26. September folgt die BioNord in Hannover, am 3. Oktober die BioSüd in Augsburg. Für alle Messen stünden aktuelle Hygienekonzepte und digitale Besucherakkreditierung und -erfassung zur Verfügung. Der Veranstalter weist auch darauf hin, dass

die BioMessen vorwiegend regional aufgestellt seien, die Aussteller also größtenteils aus dem Inland und mehrheitlich aus einem Radius von 300 Kilometern anreisen würden.

Seepje baut Präsenz in Deutschland aus

Die niederländische Firma Seepje stellt seit 2013 Waschmittel, Spülmittel und Allzweckreiniger auf Basis von Waschnüssen aus dem Himalaya her. Sobald die Schale dieser Frucht mit Was-



ser in Berührung kommt, bildet sie natürliche Seife. Das Waschnuss-Spülmittel sei stark gegen Fett, pH-neutral und vegan. Alle Duftstoffe sind 100 Prozent pflanzlich, genauso wie die Konservierungsmittel, die aus Kartoffelstärke hergestellt werden. Jetzt können die Seepje-Produkte auch in Deutschland gekauft werden: Seit Mitte November sind die Spülmittel in allen dm Drogerie Filialen erhältlich.

Lemonaid noch immer zu gesund für Limonade?

Das ‚süßeste Ministerium des Landes‘ nennen die Aktivisten des fairen Getränkeherstellers Lemonaid das Ernährungsministerium. Schon wieder hat das Unternehmen Ärger mit dem Verbraucher-

schutz. Da seine Limonaden weniger Zucker enthalten als die vorgeschriebenen ‚mindestens sieben Gewichtsprozent‘, erteilte das Bonner Verbraucherschutzamt eine Rüge und drohte ‚behördli-

che Maßnahmen‘ an. Mitarbeiter des Hamburger Unternehmens Lemonaid stellten daraufhin im September 2020 eine Julia-Klönker-Statue aus Zucker als ‚Denk Mal‘ vor dem Ernährungsministerium

in Berlin auf (Bild re.). Noch am selben Tag erklärte der BMEL-Staatssekretär Hans-Joachim Fuchtel zum klaren Ziel, den Zuckergehalt in Fertiglebensmitteln und Erfrischungsgetränken zu reduzieren.



Lemonaid



Christian Schmid für EDEKA

Das neu aufgestellte E center Harburg geht mit 3.000 Bio-Produkten an den Start

Früher Marktkauf, nun E center:
Beim Neustart des E centers Harburg Mitte Oktober 2020 setzte der Geschäftsführer Tadeusz Chmielewski auf Bio und Frische. Der Bio-Anteil wurde verdoppelt, das Angebot bei Obst- und Gemüse, bei den Molkereiprodukten und den Bedientheken ausgebaut. So werden in der Obst- und Gemüseabteilung etwa 100 Bio-produkte angeboten, das Angebot nach Saison variierend. Fleisch kann mit der Marke NATUR PUR nicht allein Bio, sondern dazu regional einge-
kauft werden.

3.500 Quadratmeter Verkaufsfläche umfasst das E center Harburg. Die Lage direkt am Seeveplatz in Harburg bringt viel Laufkundschaft mit sich. Viele davon Studenten, da Studentenwohnheim und Technische Universität in der Nähe liegen. Insgesamt sind es etwa 2.500 Kunden, die hier täglich einkaufen. Von den 40.000 angebotenen Artikeln sind 3.000 Bioartikel, das bedeutet 7,5 Prozent Bio-Anteil über das ganze Sortiment – eine Zahl auf die der Geschäftsführer Tadeusz Chmielewski stolz ist. Der gelernte Kaufmann unterstützte neun Jahre lang EDEKA- und Marktkauf-Märkte als Obst- und Gemüse-Fachberater, bevor er Ende 2019 zurück in den Einzelhandel wechselte und den damaligen Marktkauf in Harburg übernahm.

Bio-Obst und -Gemüse im Blickpunkt

Seine Erfahrungen nutzte er beim Aufbau des neuen E centers auch für die große Obst- und Gemüseabteilung, die die



Kunden direkt am Markteingang begrüßt. Das 250 Quadratmeter große Bio-Angebot der Abteilung findet sich an herausgehobener Stelle: Der Kunde sieht wortwörtlich grün, denn eine riesige Kräuter-Greenwall zieht die Blicke auf sich, dicke Deckenbalken aus Holz tragen zum ungewöhnlichen Ambiente bei.

„Wir unterstützen auch unsere Region.“

Über hundert Sorten Bio-Obst und -Gemüse können hier durchgehend eingekauft werden – das Angebot natürlich saisonal bestimmt. Das Gesamtangebot übers Jahr beinhalte fast 300 Sorten, hebt Chmielewski hervor. Bei Obst und Gemüse liege der Bio-Anteil bei neun bis zehn Prozent. Corona hat einen ungeheuren Schub bei der Nachfrage nach Bio-Obst und Gemüse gebracht und diese zeitweise um 70 bis 80 Prozent gesteigert.

Auf 250 Quadratmetern wird den Kunden jetzt ein vielfältiges Bio-Obst und -Gemüse-Sortiment geboten.



Christian Schmid für EDEKA

Bio im Block und eingeordnet

Wer im E center Harburg nach Bio sucht, der findet die Bio-Ware zusammengefasst in einer großen Bio-Fläche, mit auffälliger Kennzeichnung an den Deckenbalken und Plakatwerbung für Bio und Regionalität. Zusätzlich ist Bio auch in den Regalen eingeordnet, in der Mehrheit die Produkte von EDEKA Bio. Durch die Kennzeichnung mit vollgrünen Etiketten fällt die Bio-zertifizierte Ware überall auf.

Tadeusz Chmielewski wird jetzt beobachten, wie die Platzierung bei den Kunden ankommt. „Da bleiben wir dran, beobachten das Kundenverhalten und justieren nach.“ Kundenumfragen sind für Chmielewski das A und O, auch für die Ausgestaltung und Erweiterung der Sortimente: Wie sonst könne der Kaufmann die Wünsche der Kunden erkennen, vor allem wenn die entsprechenden Produkte noch nicht in den Regalen stehen?

Die Bedürfnisse der Kunden würden immer umfangreicher, meint der Geschäftsführer. Dazu müsse auf spezielle Kundengruppen eingegangen werden. So seien für die vielen Studenten unter den Kunden zum Beispiel manche „hippe und coole“ Produkte attraktiv.

Bio-Marken von Naturkost Grell

Das Bio-Sortiment außerhalb von EDEKA Bio wird größtenteils über den im schleswig-holsteinischen Kaltenkirchen ansässigen Bio-Großhändler Naturkost Grell bezogen. Der seit 40 Jahren in Norddeutschland aktive Bio-Großhändler bietet einen hohen Prozentsatz von regionalen Waren an und ist seit 2006 Vertragspartner von Demeter und Bioland. Schon seit zwanzig Jahren arbeitet Naturkost Grell mit EDEKA Nord zusammen. Hier konnte das E center Harburg auf die Vermittlung der EDEKA Zentrale zurückgreifen, daneben suche das E center Harburg aber auch selbstständig nach neuen Anbietern.

Max Sachau, Pressesprecher EDEKA Nord, weist auch auf die eigene seit 2018 bestehende Demeter-Partner->



**HAMBURGER
GEWÜRZ-MÜHLE**
Hermann Schulz GmbH

Ihr Partner für hochwertige
Gewürze, Kräuter,
Gewürzmischungen
und Lohndienstleistungen!



**IHR ANSPRUCH IST UNSERE
HERAUSFORDERUNG!**

ENTDECKEN SIE UNSERE
VIELFALT UNTER
www.hgmspice.de

HAMBURGER GEWÜRZ-MÜHLE
Hermann Schulz GmbH
D-20539 Hamburg • Tel. +49 40 78 97 01-0
www.hgmspice.de • info@hgmspice.de





BÄUERLICHE
ERZEUGERGEMEINSCHAFT
SCHWÄBISCH HALL

Einfach himmlisch...

diese neue Rohwurst-Ränge
von der Bäuerlichen Erzeuger-
gemeinschaft Schwäbisch Hall:

Direkt vom Bauern!



Handwerklich und nach traditionellem
Rezept hergestellt – nur mit wertigen
Zutaten und eigenen Naturgewürzen,
naturgereift im Biosphärenreservat
Rhön – ein unvergleichbar
uriges Geschmackserlebnis!

Sichern Sie sich diese wertigen Erzeugnisse,
sie sind nur begrenzt verfügbar!

Kontakt: Werner Vogelmann
Telefon 0791-93290-42 oder
Email Werner.Vogelmann@besh.de



Christian Schmid für EDEKA

Schon jetzt sind 7,5 Prozent des Sortiments Bio – das langfristige Ziel liegt bei mindestens einem Viertel.

schaft hin. Im E center Harburg seien über alle Warengruppen hinweg viele Demeter-Produkte präsent. Damit den Kunden die besondere Demeter-Qualität direkt am Point of Sale nahe gebracht werden könne, seien entsprechend große Plakate zu finden, auf denen Demeter sichtbar gemacht wird.

Demeter als Verkaufsargument

Weitere Demeter-Lieferanten zu finden, die die gewünschte Qualität und Lieferkapazität mitbringen, sei nicht einfach. EDEKA Nord unterstütze auch Umstellungsbemühungen von Lieferanten, die auf ihren Betrieben bereits biologisch arbeiteten, zu Demeter-Betrieben.

Ein Beispiel für eine solche Umstellung sei der Bio-Apfelhof Münch. Hier werde Überzeugungsarbeit geleistet und es gebe schon einige weitere Projekte, die aber noch nicht spruchreif seien, sagt Sachau: "Es tut sich was bei EDEKA".

Mehrweg statt Unverpackt

Nach Unverpackt-Angeboten befragt, schüttelt Tadeusz Chmielewski den Kopf. Er verweist stattdessen auf die Markt-eigene Verpackungs-Alternative im E center Harburg. Hier steht Mehrweg statt Unverpackt im Regal.

Ein Sortiment mit über 20 Produkten in 250-Gramm-Mehrweggläsern wird an-

geboten: Von Nüssen, Getreide, Pseudogetreide und Hülsenfrüchten bis zu Bananenchips. Sogar Ursalz und Rübenzucker gibt es in den Glasbehältern.

Bio an der Theke

An den Bedientheken kann der Kunde auf einige Bio-Angebote zurückgreifen, so zum Beispiel etwa zehn Sorten Bio-Käse. Direkt neben der Fleisch-Bedientheke steht ein gut gefülltes Kühlregal mit SB-Bio-Wurst und -Fleischprodukten.

Zu den über dreißig SB-Wurst-Angeboten kommt noch SB-Fleisch der EDEKA Nord-Marke NATUR PUR. Wer Fleisch in Bio-Qualität und dazu noch regional erwerben will, kann hier zugreifen.

NATUR PUR bietet regionales Bio-Fleisch

Bei dieser Marke stammt das Fleisch ausschließlich von Betrieben des ökologischen Anbauvereins Biopark. Die regionalen Lieferanten sind außerdem verpflichtet, innerhalb eines Modellprojekts Maßnahmen zum Erhalt der Artenvielfalt zu ergreifen.

Im E center Harburg werden den Verbrauchern die Hintergründe der nachhaltigen Bio-Marke direkt am Verkaufsort präsentiert: Ein großflächiges Plakat mit einer Erklärung der NATUR PUR-Prinzipien ist unübersehbar über dem Fleischregal aufgehängt.

Bäuerliche Erzeugergemeinschaft
Schwäbisch Hall
Haller Straße 20 | 74549 Wolpertshausen
info@besh.de | www.besh.de



80 Mal Bio bei den Molkereiprodukten

Die Bio-Waren bei MoPro sind auf etwa drei Metern der Kühlhochschränke ausgebreitet, insgesamt über 200 verschiedene Sorten. Hier wird Vieles von EDEKA Bio angeboten, aber auch die Produkte von Andechser, Söbbecke, Koawach, Schwarzwaldmilch Bio, Alnatura, und regional des Ham-



Christian Schmid für EDEKA

felder Hofs. Die Bauerngemeinschaft Hamfelder Hof hat 2015 eine eigene Bio-Meierei im norddeutschen >

NATUR PUR

NATUR PUR ist die Marke der Edeka Nord für regionale Bio-Fleisch- und Bio-Wurstprodukte. Das Fleisch stammt ausschließlich von regionalen Biopark-Betrieben, also aus der Region Edeka Nord. Biopark e.V. ist ein 1991 gegründeter Anbauverband für ökologische landwirtschaftliche Produkte in Mecklenburg-Vorpommern mit Sitz in Güstrow. Inzwischen ist er bundesweit aktiv und hat rund 500 Mitgliedsbetriebe.

Das Besondere an NATUR PUR sei, dass mit diesen Produkten das Modellprojekt 'Landwirtschaft für Artenvielfalt' von WWF und Biopark e.V. unterstützt werde. Die teilnehmenden landwirtschaftlichen Lieferanten verpflichten sich, Maßnahmen zum Erhalt der Artenvielfalt zu ergreifen, etwa Blühstreifen und Hecken als Lebensräume anzulegen, Ackerstreifen ungemäht zu lassen und Kleingewässer zu schützen. Wissenschaftlich begleitet wird das Projekt durch das Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF).

Alle Produkte bei Edeka Nord, die aus Betrieben des Modellprojektes stammen, sind auf einen Blick zu erkennen. Sie tragen nicht nur das Bio-Siegel und das grüne Logo 'Landwirtschaft für Artenvielfalt', sondern dazu das Biopark- und das WWF-Panda-Logo.

Mischen !

Eine andere Philosophie



Wir kommen zu Ihnen mit einem kleinen Vorführmischer



Wir führen vor Ort und mit Ihren Produkten Tests

durch. Vorführungen sind kostenfrei, unverbindlich und werden im Rahmen von Vorführreisen durchgeführt.

Prodima-Mischer für Pulver & Granulate für Nahrungs- & Futtermittel, Pharma, Nahrungsergänzungsmittel, Kosmetik, Chemie, usw.

- ♦ Flexibel im Volumen und Einsatz ♦
- hohe Mischgenauigkeit ♦
- Reinigungsfreundlich ♦
- Energiesparend ♦
- Fahrbar ♦
- Ihren Bedürfnissen anpassbar ♦
- Batchgrößen von 12 bis 2'500 Liter.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!



Prodima Mixers SA, CH-1025 St-Sulpice,
Tel. Schweiz +41 21 691 4005
www.prodima.com, info@prodima.ch



Hier wird auf Mehrweg-Gläser als Alternative zu Unverpackt gesetzt: Das Sortiment reicht von Getreide über Bananenchips bis Rübenzucker.

Mühlenrade in Betrieb genommen, in der ausschließlich regionale Bioland-Milch verarbeitet wird.

Auswahl bei Kaffee, Kakao und Schokolade

Genuss und Vielfalt in Bio kommt im E center Harburg gerade bei Kaffee, Kakao und Schokolade nicht zu kurz. Bio-Kaffeeliebhaber finden eine breite Auswahl bei den über 20 Angeboten von Mount Hagen. Die Bohnen verschiedenster Herkunft sind durchgehend Naturland- oder Demeter-zertifiziert, dazu stehen auch Instantkaffee und Pads bereit. Einen Instant-Espresso gibt es zusätzlich von Naturata. Durch Naturata sind auch die Freunde von Getreidekaffees mit einer breiten Auswahl von Malz bis Zichorie gut versorgt. Es steht ein Demeter-Getreidekaffee im Regal, ebenso Getreidekaffee Zimt & Kardamom. Es sind drei Instant-Getreidekaffees verfügbar: Lupine, Dinkel und Guarana. Naturata ist außerdem mit Kakaogetränk und heißer Schokolade präsent. Weiterer Bio-Kakao kommt mit Caribo von Mount Hagen, Bio-Lattes von Pukka und Vivani liefert Hot Chocolate Trinkschokolade

und Caviquick. Vivani ist auch der Hersteller des breiten Sortiments von Bio-Schokolade. Hier kann der Kunde aus fast zwanzig Sorten seine Wahl treffen. Für die Kunden, die pflanzliche Milchal-

„Im Bio-Bereich gibt es Platz für Singularität.“

ternativen für Kaffee oder Schokoladengetränk bevorzugen, hat das E center Harburg dem aktuellen Trend folgend über 40 verschiedene Pflanzendrinks von Provamel und von Natumi im Sortiment. Der Haferdrink von Voelkel ist sogar in der Mehrwegflasche zu haben.

Süßes Frühstück und Backwaren

Für das süße Frühstück des Bio-Kunden ist mit einer breiten Auswahl an Fruchtaufstrichen, Marmeladen, Schokoaufstrichen und Honig gesorgt. Doch nach einem Lieferanten für die zum Frühstück dazugehörigen Bio-Backwaren werde noch gesucht. Gerade hier gelte, dass



E center Harburg
Seeveplatz 1
21073 Harburg

Eröffnet: 15. Oktober 2020 (Wiedereröffnung nach fünfmonatiger Umbauphase, früher Marktkauf Center Harburg)

Mitarbeiter in Vollzeit: 30, davon sechs Auszubildende inklusive einem Fleischer

Verkaufsfläche: 3.500 Quadratmeter
Kassen: 12, davon vier SB-Kassen, zusätzlich eine virtuelle Kasse für Kunden, die ihren Einkauf selbst einscannen

Artikelanzahl: ca. 40.000

Anzahl Bio-Artikel: ca. 3.000, 300 Demeter-Produkte

Öffnungszeiten: Montag bis Samstag 8 bis 20 Uhr

Geschäftsleitung: Tadeusz Chmielewski

Bio, guter Geschmack und Regionalität zusammengehen müssen – es seien mehrere lokale Lieferanten im Gespräch. Regionalität ist durchgehendes Thema bei den Bio-Produkten des Sortiments. Wichtige Anbieter seien zum Beispiel Bauckhof und die Bohlsener Mühle. Beide Hersteller engagierten sich ganz besonders bei der Entwicklung des ökologischen Landbaus in ihrer Gegend. Wo es nicht um Regionalität geht, da geht es um Handwerk und nachhaltige Besonderheiten der Bio-Marken. So steht bei den Nudeln Albgold im Regal, ein Hersteller, der besonders gut durch seine Papierverpackungen ankomme. Chmielewski hebt diese als einen für den Kunden sichtbaren Fortschritt bei Nachhaltigkeit und der Vermeidung von Verpackungsmüll hervor. Die verschiedenen Öle von Franz & Co als weiteres Beispiel stehen für handwerkliche Tradition aus der sächsischen Bio-Ölmühle Moog.

WPR und Naturkosmetik

Auch außerhalb der Lebensmittel muss auf Bio und Nachhaltigkeit nicht verzichtet werden. Bei den Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln ist Sonett in ganzer Breite mit über 50 Produkten, von Geschirr- und Bodenreinigern bis Waschmitteln präsent. Und in der Naturkosmetik finden sich zirka 70 Produkte: Es steht ein breites Angebot zur Verfügung, zum Beispiel von Weleda und Lavera.

Wie geht es weiter bei Bio?

Bei den 7,5 Prozent Bio im Sortiment soll es laut Tadeusz Chmielewski nicht bleiben. Sein langfristiges Ziel liegt bei mindestens einem Viertel Bio: „In zehn bis

15 Jahren möchten wir die 25 Prozent knacken, damit wirklich etwas bewegt wird.“

Dass da noch ein langer Weg vor ihm liegt, sieht er mit Gelassenheit: „Als Verkaufsleiter bei EDEKA Nord muss ich die Ziele und Konzepte vorgeben, bin sozusagen der Konzepthüter. Das ist eine langfristige Arbeit, bei einem Marathon gibt man auch nicht nach einem Kilometer auf.“

Mehr Ausbildung in Bio

Ein Etappenziel will Chmielewski direkt angehen. In diesem Jahr soll eine Fachkraft für Bio-Lebensmittel ihre Ausbildung anfangen, die dann eine entsprechende Schulung der EDEKA Nord durchläuft.

Geht es nach Tadeusz Chmielewskis Vorstellungen, wird so eine Fachkraft auch auf die verschiedenen Bio-Höfe in der Gegend geschickt. Da könne sie dann eigene Eindrücke sammeln, denn „das ist ein Stück Lebenskultur.“ Bei der Fachkraft solle es aber nicht bleiben, letztendlich müssten alle Auszubildenden direkt an Bio herangeführt werden.

Laut Chmielewski sei jedes verkaufte Bio-Produkt ein Schritt in die richtige Richtung und er sehe sich auch in der Verantwortung, den Kunden zum Nachdenken anzuregen. „Wir platzieren natürlich die Produkte, die der Kunde kaufen will, aber wir versuchen auch die Softfacts rüberzubringen, die Vision dahinter“, meint der Geschäftsführer. Außerdem sieht er im Bio-Bereich große Chancen für besondere Produkte – hier gebe es Platz für Singularität.

Elke Reinecke



SB-Fleisch von NATUR PUR ergänzt den Bio-Aufschnitt.

Christian Schmid für EDEKA

Mischen !

mit



Eine andere Philosophie im Mischen von Schüttgütern



- Flexibles Nutzvolumen: 10 bis 90 %
- Hohe Mischgenauigkeit und kurze Mischzeiten
- Reinigungsfreundlich
- Energiesparend
- Sanftes oder kraftvolles Mischen
- Grössen: 15 bis 2'500 Liter

Für Pulver & Granulate:

Körner, Kräuter, Gewürze, Flocken, Aromen, Vitamine, Badesalz, Mehl ... für Nahrungs- & Futtermittel, Pharma, Nahrungsergänzungsmittel, Kosmetik, Chemie



Optionen wie: ♦ Hochfrequenzscherkopf zum Verfeinern, Fettzugabe, ♦ Einspritzsystem für Flüssigkeiten direkt in das Mischbett ♦ Fluidisierdüsen ♦ autom. Beschicken ♦ Vibratoren.

Prodima Mixers SA, CH-1025 St-Sulpice
Tel. +41 21 691 4005
www.prodima.com, info@prodima.ch



Claus-Gruppe weiter im Wandel

**Ein Großhändler, vier Länder und
ein expandierendes Vertriebs-
und Servicenetzwerk**

Das Familien-Unternehmen Claus, vor fast 60 Jahren gegründet, hat auch in den letzten Jahren wieder viele Herausforderungen gemeistert: Nach der Umstellung auf ein neues Lagerverwaltungssystem und der Übernahme eines Reformwarengroßhändlers Ende 2019 mussten 2020 alle Ressourcen mobilisiert werden, um den Anforderungen der Corona-Krise zu begegnen.





Claus GmbH

Das Großhandelslager umfasst 12.000 Quadratmeter und bietet in großzügigen Büros ökologisch ausgerichtete Arbeitsplätze für alle Abteilungen.

Das Familienunternehmen Claus wird repräsentiert von zwei Generationen. Bild Mitte: die Gründer Heinz und Sonja Claus, rechts Tochter Beate und Ehemann Christoph Scharfenberg, links die Geschäftsführerin Ulrike Claus mit Ehemann Fritz Großholz.

Deutschland, Frankreich, Österreich und die Schweiz – das sind die Länder, in die das Familienunternehmen Claus aus Baden-Baden den größten Teil seiner Waren liefert. Hier agiert es als Mittler zwischen den europäischen Handelswelten und als Service-Vollanbieter für Logistik, Produkteinführung und Produktmarketing.

Die Unternehmensgruppe besteht aus der Claus Reformwaren Service Team

GmbH, der Pural Vertriebs GmbH, der französischen Pur Aliment S.A.R.L. und der Schweizer Phag GmbH. Aktuell erzielt die Claus-Gruppe einen Jahresumsatz von 200 Millionen Euro und sie beschäftigt rund 480 Mitarbeiter.

Ein Vollsortimenter für Reformhäuser und den Naturkostfachhandel

Das Sortiment von Claus besteht aus über 400 Marken und etwa 22.000 Produkten. Entsprechend der internationalen Ausrichtung werden manche der Marken auch mehrfach betreut. Schwerpunkte des Sortiments liegen auf veganen und/oder glutenfreien Produkten und Rohkostprodukten aus verschiedensten Warengruppen. Über 5.500 vegane Produkte gibt es im Frische- und im Trockensortiment, mehr als 1.000 Produkte sind mit dem Zeichen der Deutschen Zöliakie Gesellschaft als glutenfrei gekennzeichnet. Auch Nahrungsergänzungsmittel zählen zu den zentralen Produktgruppen, genauso Kosmetik.

Zirka 50 eigene LKWs verteilen die Waren europaweit, als Verteilplattformen dienen zusätzlich zum großen Lager in Baden-Baden die Standorte Fürstfeldbruck, Dortmund und das südhessische Stockstadt. In diesen drei Standorten sind vor allem Schnelldreher und regionale Produkte gelagert. Sie werden üblicherweise mit den Vollsortiment-Lieferungen aus Baden-Baden zusammengeführt.

Um die Kunden auch mit Obst und Gemüse versorgen zu können, gibt es eine Kooperation im Bereich Frische mit dem Handelskontor Willmann. Dazu kommt seit zwei Jahren eine Zusammenarbeit auf Logistikebene mit dem Naturkost-Großhändler Bodan. Während Bodan für die Claus-Gruppe Ware in Südtirol mit ausliefert, übernimmt Claus die Auslieferung für Bodan an dessen Kunden in Österreich.

40 Prozent der Waren gehen nach Frankreich

Ungefähr 12.000 Quadratmeter umfasst die 2018 mit einem Neubau erweiterte Lagerfläche in Baden-Baden. Eine der Hallen dort nennt der Gründer Heinz ➤



Claus einfach nur die ‚Frankreich-Halle‘. Die hier lagernden Produkte fallen auf den ersten Blick durch ihre französischsprachigen Beschriftungen auf – damit zeigt Claus auch seine Wertschätzung den französischen Kunden gegenüber. Immerhin 40 Prozent der umgeschlagenen Waren gehen an die über 2.000 Kunden nach Frankreich. 150 der Mitarbeiter bei Claus sind Franzosen. Zweisprachigkeit ist hier die Regel, über die Schreibtische hinweg unterhält man sich in verschiedenen Sprachen. Heinz Claus genießt die kulturelle Vielfalt und ist darauf genauso stolz wie auf die vielen Auszubildenden. In fünf verschiedenen Ausbildungsgängen können sie hier ihren beruflichen Weg im Unternehmen beginnen. Insgesamt sind es etwa 7.000 Kunden, die Claus bedient oder wie Heinz Claus es ausdrückt: „Wir haben die Eier in unglaublich vielen Nestern.“ Dies mache zwar viel Arbeit, schaffe jedoch auf Dauer große Unabhängigkeit. Zu den kleineren Lagern in Fürstentfeldbruck mit 4.500 Quadratmetern

und in Dortmund mit 2.500 Quadratmetern ist Ende 2019 ein weiteres Lager dazu gekommen. Durch die Eingliederung der Rhein-Main-Reformwaren in Stockstadt in die Claus-Gruppe stehen dort weitere 3.700 Quadratmeter Lagerfläche zur Verfügung.

Vertriebsweg LEH durch Rhein-Main-Reformwaren ausgebaut

Da die Rhein-Main-Reformwaren neben Reformhäusern und Naturkostfachgeschäften auch den LEH belieferte, hat Claus mit deren Integration seinen Vertrieb auf ein wichtiges zukunftsweisendes Feld erweitert. Speziell für diesen Vertriebsweg wurde ein Webshop mit den für den LEH freigegebenen Produkten eingerichtet. Ulrike Claus betont: „Wir unterstützen die Marken, mit denen wir eine aktive Vereinbarung für diesen Vertriebsweg haben.“ Die Betreuung dieser Kunden erfolge in Zusammenarbeit mit Handelsagenturen.



Transparenz großgeschrieben – gerade zu Corona-Zeiten

Transparenz wird großgeschrieben bei der Claus Reformwaren GmbH. Auch zu Zeiten der völlig unvorhersehbaren Anforderungen der Corona-Pandemie wurden die Kunden regelmäßig über wichtige Informationen auf dem Laufenden gehalten. Das Unternehmen war auch deshalb besonders stark betroffen, weil 40 Prozent der Mitarbeiter in Baden-Baden üblicherweise jeden Tag aus Frankreich pendeln.

Ulrike Claus erinnert sich mit Schrecken an die schlimmsten Zeiten: „Die Kollegen standen teilweise jeden Tag stundenlang an der Grenze, mussten Kontrollen über sich ergehen lassen oder konnten gar nicht mehr kommen. Zusätzlich hatten viele Familien plötzlich keine Kinderbetreuung mehr.“

Es wurden Home-Office-Möglichkeiten eingerichtet, Wochenendschichten angesetzt und vorübergehend Werkstudenten und Zeitarbeitskräfte eingestellt. Die Belastung durch Personalkosten verdoppelte sich entsprechend. Außendienstmitarbeiter betreuten die Kunden nur noch telefonisch.

Neben der schwierigen Personalsituation seien auch die Probleme bei der Warenbeschaffung sehr belastend gewesen. In

Claus Reformwaren von 1964 bis heute

1964: Gründung von Claus Reformwaren durch Heinz und Sonja Claus
1991: Claus engagiert sich beim österreichischen Großhändler Bio-Vollwert
1992: Übernahme von Pur Aliment S.A.R.L. in Frankreich
1994: Übernahme des Schweizer Großhändlers PHAG GmbH
1996: Gründung der Pural Vertriebs GmbH
1999: Erweiterung der Vertriebsstrukturen auf den Naturkostfachhandel
2002: Die Pural Vertriebs GmbH geht zu 100 Prozent an Ulrike Claus über
2009: Claus übernimmt die Firma Richter in Gilching (2014 Neubau und Umzug nach Fürstentfeldbruck)
2012: Claus übernimmt die Firma Kirchner in Dortmund
2018: Übernahme der Bestellannahme und Auslieferung aller Großhandelswaren des Reformwarenhändlers Bösen
2019: Übernahme der Rhein-Main-Reformwaren Kraushaar in Stockstadt

Eigene Marken: Bio-Label Pural und Naturkosmetikmarke eubiona
Exklusivmarke Organyc (Damenhygieneartikel aus 100% Bio-Baumwolle)
 Während Beate Scharfenberg die Geschäfte im österreichischen und Schweizer Markt mitführt, ist ihre Schwester Ulrike Claus als Geschäftsführerin der Pural Vertriebs GmbH, der Claus Reformwaren Service Team GmbH und der Pur Aliment S.A.R.L. für den deutschen und französischen Markt verantwortlich. Firmengründer Heinz Claus, inzwischen über 80 Jahre alt, ist immer noch regelmäßig im Unternehmen anzutreffen und ist stolz, die meisten Mitarbeiter persönlich zu kennen. Auf das große Familienfoto in seinem Büro legt er besonderen Wert. Schon heute freut er sich darauf, dass auch seine Enkel mithelfen werden, die Firma weiter voranzubringen.



Ulrike Claus bei Mitarbeitergesprächen. Von der Markenbetreuung für conveniente Backwaren über Getränke bis zu Anbruch aus Teilen der 22.000 Lagerartikeln (u.li.) wird bei Claus einiges geboten. Seniorchef Heinz Claus (li.) kommt noch täglich in den Betrieb.

Zeiten von Corona hätten die Menschen sich mehr mit dem Thema gesunde Ernährung beschäftigt und auch wieder viel mehr selbst gekocht – was zu einer stark erhöhten Nachfrage nach Bio-Produkten führte.

Stark gestiegene Nachfrage nach Bio-Produkten

Schon am Anfang der Pandemie stieg bei Claus Reformwaren die Auslastung der Logistik enorm: Es fielen 32 Prozent

mehr Paletten an, 53 Prozent mehr an Gewicht, und eine Steigerung von 40 Prozent bei der Warenanlieferung, sowie 10 bis 15 mehr Waren-Abholungen bei den Lieferanten pro Woche. Es gab Lieferengpässe, hauptsächlich bei Getreide, Getreideprodukten, Nudeln, Reis, Manuka-Honigen, Backmischungen, Konserven, Desinfektionsmittel, Handseifen, Hefe und natürlich beim Toilettenpapier. In der Corona-Zeit stieg die Nachfrage zeitweise um ein Viertel und es konnte ein Umsatzplus von zirka 35 Prozent verzeichnet werden.

Bei einigen Markenprodukten mit besonders starker Nachfrage führte dies zu Lücken in der Auslieferung. Top-Seller mussten kontingentiert werden. Vor allem durch eine Aufstockung der Lagervorräte habe Claus Reformwaren inzwischen wieder einen Stand erreicht, bei dem sie den Bestellungen gerecht werden konnten. Am Ende ist sich Ulrike Claus vor allem bei einer Sache sicher: „Es hat sich gezeigt, dass wir bisher in der Lage waren, die Herausforderungen der Pandemie zu meistern. Wir haben viel dazu gelernt und hoffen, dass wir auch weitere künftige Auswirkungen bewältigen können.“

Elke Reinecke



Mit Yin und Yang zum langen Leben



Die Makrobiotik setzt auf ein Gleichgewicht der Kräfte in der Ernährung – und auf Bio

In der Makrobiotik wird auf Elemente der fernöstlichen Philosophie zurückgegriffen, um eine gesunde Ernährung zu gewährleisten – zum Wohle von Körper und Seele und für ein langes Leben. Sie stützt sich auf die Einteilung von Lebensmitteln in Yin und Yang und den notwendigen Ausgleich zwischen diesen beiden Kräften.

Falsche Ernährung ist die Ursache vieler Zivilisationskrankheiten – das hat die Makrobiotik schon vor langer Zeit begriffen. Im Kranken sieht sie einen aus dem Gleichgewicht geratenen Menschen, eine Person deren Yin und Yang nicht ausgewogen ist. Yin und Yang sind zwei Begriffe der fernöstlichen Philosophie, die für polar einander entgegengesetzte und dennoch aufeinander bezogene Kräfte stehen. Diese bekämpfen sich nicht, sondern sie ergänzen sich zu einem harmonischen Ganzen. Yin steht für die ausdehnende und Yang für die zusammenziehende Kraft.

In der Makrobiotik sind alle Nahrungsmittel als Yin, Yang oder neutral kategorisiert und durch die entsprechende Nahrungsauswahl kann ein Gleichgewicht zwischen den Kräften gelebt oder erlangt werden. So sollten Lebensmittel mit einem extremen Überschuss zur einen oder anderen Seite am besten gemieden werden. Dazu zählen etwa Milchprodukte, Alkohol und Zucker (Yin) und die meisten Fleischsorten, Eier und Salz (Yang).

Möglichst neutrale Nahrungsmittel, die schon in sich ein gutes Gleichgewicht zwischen Yin und Yang tragen, bilden die Grundlage für die makrobiotische Ernährung. Auf die Grundstoffe bezogen ist ein Yin-starker Mineralstoff das Kalium, Natrium dagegen Yang-stark. Das Gleich beziehungsweise Ungleichgewicht von Kalium und Natrium bestimmt die Eigenschaft eines Lebensmittels. Ein optimales Kalium-Natrium-bzw. Yin-Yang-Verhältnis liegt bei etwa 5:1.

Die Zubereitung ist wichtig

Wie stark ein Lebensmittel dem Yin oder Yang entspricht, hängt aber nicht nur vom Kalium-Natrium-Verhältnis ab, sondern auch von Faktoren wie Wassergehalt oder Wachstumszeit und vor allem auch der Zubereitungsart. Rohkost nimmt bei der makrobiotischen Ernährungsweise einen relativ geringen Raum ein, die Lebensmittel werden möglichst gekocht, gedünstet oder gebraten gegessen. Abkühlen, Verdünnen oder Zerkleinern verschieben die Speise in Rich-

tung Yin, genauso wenn Saureres oder Süßes dazu kommt. Wärmezubereitung, Zusatz von Salz und Überdruckbehandlung gelten als yangisierend.

Die makrobiotische Ernährung erfordert es, sich intensiv mit den Lebensmitteln und ihrer Verarbeitung und Zubereitung zu beschäftigen. Mit Informationsschriften, Kochkursen oder Kochbüchern und Rezeptsammlungen können Kaufleute den Verbrauchern direkt am Point of Sale, bei Kundenveranstaltungen oder online weiterhelfen.

Nichts geht ohne Bio

Wer sich makrobiotisch ernährt, der ernährt sich Bio: Es sollen nur Lebensmittel gegessen werden, die ohne Verwendung von mineralischen Düngemitteln und Pestiziden produziert wurden. Das garantiert nur das Bio-Siegel oder der heimische agrochemiefreie Gemüsegarten. Bevorzugt werden regionale und saisonale Produkte. Der geeignete makrobiotische

Speiseplan sieht für jeden Menschen verschieden aus. Er sollte etwa dem jeweiligen Typus, Gesundheitszustand, dem Geschlecht, dem Alter, der Aktivität, der Jahreszeit, dem Klima, und der geographischen Lage angepasst werden. Die Makrobiotik stellt nicht einfach eine Sammlung von Regeln, Ge- und Verboten dar, sondern die Menschen müssen sich bei der individuellen Anwendung selbst beobachten und die Verantwortung suchen für das eigene Leben und die Gesundheit.



KORNKREIS
Erzeugergemeinschaft
GmbH

Dinkel

Vollwertiges Getreide als Grundlage

Optimale Nährwertverteilungen sind laut der Makrobiotik in vollwertigem braunem Reis zu finden. Dieser besitzt nicht nur die optimale Nährwertverteilung und viele Vitamine, Mineralstoffe und Ballaststoffe, sondern ist auch noch glutenfrei, also auch für Menschen mit Zöliakie geeignet. Außer braunem Vollkorn-Reis werden auch alle anderen Vollkorngetreide empfohlen, als ganze Körner oder nicht zu fein gemahlenes Mehl: Weizen, Roggen, Hafer, Gerste, Hirse, Mais, Amarant, Grünkern oder Teff stehen zur Auswahl. Triticale als Kreuzung aus Roggen und Weizen ist noch wenig bekannt. Dazu kommen noch die immer beliebter werdenden Urgetreide wie Dinkel, Einkorn, Emmer und Kamut. Teff ist als glutenfreie Getreideart als weitere Alternative für Menschen mit Zöliakie geeignet, ebenfalls glutenfreie Alternativen bieten Pseudogetreide wie Buchweizen, Quinoa und Amarant. Bei Hatomugi handelt es sich um den Samen eines Wildgrases, der meist kombiniert mit Reis oder anderem Getreide gekocht wird. Er ist vor allem Bestandteil der fernöstlichen Küche.

Teilweise kann Getreide oder Pseudogetreide, wie zum Beispiel Gerste oder Buchweizen auch bereits geröstet gekauft werden. Genauso ist schon geröstetes Getreide Bestandteil mancher Müslimischungen.

Alle Vollkornprodukte zusammen sollen die Hälfte und mehr der makrobiotischen Nahrung ausmachen. Damit ist die Zufuhr von Ballaststoffen und vielen wichtigen Vitaminen und Mineralstoffen gewährleistet. Da bei Vollkorn nach der Ernte nur Grannen und Spelzen entfernt werden, bleiben diese Vitalstoffe in der Schale und dem Keimling erhalten.

Hülsenfrüchte und Gemüse zur Ergänzung – gerne fermentiert

Eiweiß soll in der Makrobiotik vor allem aus pflanzlichen Quellen stammen. Wenn tierisches Eiweiß genossen wird, dann am besten in Form von wenig weißem Fisch oder Schalentieren. Ansonsten dienen als Proteinquellen vor allem Hülsenfrüchte und Seitan.

Seitan ist ein aus Gluten hergestelltes Lebensmittel. Es besitzt eine fleischähnliche Konsistenz und entstammt der japanischen Küche. Der Eiweißgehalt ist mit 25 bis 30 Prozent sehr hoch, allerdings wird es vom Körper nicht so gut verwertet wie tierische Proteine. Für Menschen mit Zöliakie, also Gluten-Unverträglichkeit, fällt diese Eiweißquelle natürlich aus.

Soja in allen Variationen

Die wichtigsten regionalen Hülsenfrüchte sind

Die Altmeister der Makrobiotik

Sakurazawa Nyo'iti bzw. Yukikazu Sakurazawa, der in der westlichen Welt eher unter dem Namen Georges Ohsawa bekannt ist, war der bedeutendste Vertreter der makrobiotischen Ernährungslehre. Der 1893 geborene japanische Philosoph sah in der Makrobiotik den Weg zur Erlangung von Glück, Gesundheit und einem langen Leben. Die beiden Hauptwerke Ohsawas sind 'Das Wunder der Diätetik' und 'Zen Makrobiotik'.

Nach Ohsawas Tod im Jahre 1966 entwickelten einige seiner Schüler die moderne Makrobiotik weiter. Michio Kushi (1926–2014) ist einer der Bekanntesten, sein Hauptwerk zur Ernährungslehre 'Die Kushi-Diät' (1984). Der Kushi-Schüler Steve Acuff interpretiert die makrobiotischen Ernährungsempfehlungen besonders weit. Er veröffentlichte 1998 'Das Makrobiotische Gesundheitsbuch'.

Bohnen, Erbsen, Linsen und Lupinen. In neuerer Zeit wachsen die europäischen Anbauflächen für Soja, die auch zu den Hülsenfrüchten gehören. Bei den Bio-Varianten der verschiedenen Sojaprodukte, die aus regionalem Sojaanbau stammen, ist der Verbraucher auf der nachhaltigen und auch der makrobiotischen Seite.

Sojabohnen werden überwiegend zu Tofu, Sojasoße (Tamari), Sojamilch und Sojajoghurt verarbeitet. Wichtig in der makrobiotischen Küche sind vor allem die fermentierten Zubereitungen von Soja. In Asien gehören fermentierter Tofu und andere fermentierte Sojaprodukte wie Tempeh, Miso, Shoyu und Tamari seit Jahrhunderten zur traditionellen Ernährung. Shoyu und Tamari sind zwei Arten von japanischer fermentierter Sojasauce: Tamari besteht nur aus Sojabohnen, Wasser, Salz und Gärungsmitteln. Kräftig im

hurt verarbeitet. Wichtig in der makrobiotischen Küche sind vor allem die fermentierten Zubereitungen von Soja. In Asien gehören fermentierter Tofu und andere fermentierte Sojaprodukte wie Tempeh, Miso, Shoyu und Tamari seit Jahrhunderten zur traditionellen Ernährung. Shoyu und Tamari sind zwei Arten von japanischer fermentierter Sojasauce: Tamari besteht nur aus Sojabohnen, Wasser, Salz und Gärungsmitteln. Kräftig im

Lebensmittel nach Yin und Yang

Die Einteilung der Lebensmittel nach der Stärke ihres Yin- oder Yang-Charakters variiert teilweise je nach Quelle.

Yin-betonte Lebensmittel sind unter anderem:

- ☐ Süßes wie Zucker, Honig oder Schokolade
- ☐ Nachtschattengewächse wie Kartoffeln, Auberginen oder Tomaten
- ☐ Milch und Milchprodukte wie Joghurt, Käse
- ☐ Frischkost
- ☐ Weißmehlprodukte
- ☐ Anregende Getränke wie Kaffee oder Tee
- ☐ Alkohol

Das Yin wird gefördert durch Würzen mit aromatischen Kräutern, Säuern oder Süßen. Yang-betonte Lebensmittel sind unter anderem:

- ☐ Geflügel
- ☐ die meisten Fleischsorten
- ☐ Eier
- ☐ Salz

Yang lässt sich durch Backen, Erhitzen und Würzen mit bitteren Kräutern fördern.

Neutrale Lebensmittel sind vor allem bei Getreide, Gemüse und Meerespflanzen, Hülsenfrüchten, Nüssen und Samen sowie nativen Pflanzenölen zu finden.





Palaterra Betriebs- und Beteiligungsgesellschaft mbH

Kohlrabi

Aroma eignet sie sich besonders zum Marinieren, als Dip, für Salatsaucen und Suppen. In der eher dünnflüssigen Shoyu-Sauce ist zusätzlich Weizen enthalten.

Miso ist eine japanische Paste, die hauptsächlich aus Sojabohnen besteht, mit Anteilen von Reis, Gerste, anderem Getreide oder Pseudogetreide und Speisesalz. Die Paste dient als Zutat in vielen traditionellen Gerichten der japanischen Küche, zum Beispiel der Miso- Suppe. Tempeh ist ein traditionelles Fermentationsprodukt aus Indonesien. Es entsteht durch die Beimpfung von gekochten Sojabohnen mit verschiedenen Schimmelpilz-Arten.

Gemüse ja, aber selten roh

Während vom Obst, vor allem Südfrüchten, in der makrobiotischen Ernährung nur geringe Mengen gegessen werden sollen, sind die meis-

ten Gemüse ein wichtiger Bestandteil. Es wird Blatt-, Knollen- und Wurzelgemüse empfohlen, von denen höchstens ein kleiner Teil roh verspeist werden sollte. Kartoffeln, Tomaten, Auberginen und Paprika, überhaupt Nachtschattengewächse, haben auf dem makrobiotischen Speiseplan nichts zu suchen.

Auch beim Gemüse zählt die Fermentation zu den beliebten Zubereitungsformen. In Japan wird eine Vielzahl von milchsauer-vergorenen Gemüsen produziert, wie Amasake-Zuke (Pickles in Amasake), Miso-Zuke (Pickles in Miso), Nuka-Zuke (Pickles in Reiskleie), Shio-Zuke (Pickles in Salz) und andere. Seit Jahrhunderten waren Pickles ein wichtiges Gemüsegericht, vor allem, wenn es im Winter kein frisches Gemüse gab.

Hierzulande ist Sauerkraut, fermentierter Weißkohl, das bekannteste Gericht dieser Art; doch verschiedenste andere Kohlsorten, Karotten, Radieschen, Rettich, Rote Bete, Rotkohl, Kürbis und vieles mehr lassen sich genauso zubereiten. Besonders gesund sind fermentierte Produkte unpasteurisiert – dann können

die noch lebenden Milchsäurebakterien ihr gutes Werk in der Darmflora des Verbrauchers tun.

Pilze

In der Makrobiotik sind Pilze als Fleischersatz und hochwertige Eiweißquelle sehr geschätzt, vor allem der Shiitake. Das ist ein ostasiatischer Speisepilz, der insbesondere in Japan sehr populär ist. Weltweit ist er nach Champignon der meist angebaute Speisepilz, in Ostasien ist er die Nummer Eins.

Shiitake hat eine besondere Geschmacksqualität. Sie wird als Umami bezeichnet, die neben süß, sauer, salzig und bitter fünfte Geschmacksrichtung. Umami ist alles, was deftig-herzhaft und ein bisschen nach Brühwürfel schmeckt.

Samen und Nüsse

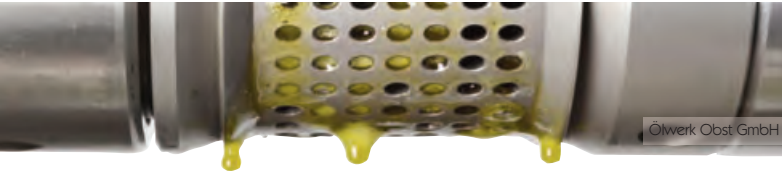
Sesamsaat, Sonnenblumenkerne, Kürbiskerne, Bohnensamen, Kressesamen, Radieschensamen, Alfalfasaat und andere – alle diese essbaren Samen enthalten viele Öle mit essentiellen Fettsäuren. Sie sind dazu wertvolle Eiweißlieferanten und bieten das fast vollständige Spektrum an Aminosäuren. Nüsse enthalten neben Fetten auch Ei-

weiß, Vitamine, Spurenelemente und Ballaststoffe. Walnüsse und Erdnüsse enthalten Omega-3-Fettsäuren, Paranüsse sind eine natürliche Quelle für Selen.

Algen in diversen Formen

Eine wichtige Rolle in der Makrobiotik spielen Produkte mit Algen, auch Meeresgemüse genannt. In Asien stehen Algen fast täglich auf dem Speiseplan, in Japan machen Algen bis zu 20 Prozent der täglichen Verzehrmenge aus. In Europa dagegen ist ihr Verzehr noch selten, dabei hat





Meeresgemüse einen besonders hohen Gehalt an Mineralien, Vitaminen und Eiweiß. Allerdings können Algen auch sehr viel Jod enthalten. Algenprodukte mit einem Jodgehalt von über 20 mg/kg unterliegen daher hierzulande einer Kennzeichnungspflicht und müssen mit einem entsprechenden Warnhinweis versehen sein. Von den rund 40.000 heute bekannten Algenarten könnten etwa 160 in der Küche verwandt werden. In unseren heimischen Regalen sind heute vor allem die Arten Arame, Nori, Kombu, Wakamé, Hijiki und Dulse sowie Meeresspaghetti (*Himanthalia elongata*) zu finden. Verwandt werden Algenprodukte als Nudelalternativen, als Gemüse, in Salaten und Suppen und zum Würzen.



Foto:
stick &
lembke
GmbH

Gewürze

Scharfe Gewürze sind in den Rezepten der Makrobiotik kaum zu finden. Stattdessen werden Würzmittel mit Algen genutzt und andere Gewürze der japanischen Küche. Beispiele sind Miso, Sojasauce, Umeboshi (in Salz und rote Sesamblätter eingelegte japanische Aprikosen), Reis- und Umeboshi-Essig, Gomasio (geröstetes Sesamsalz), dazu Petersilie oder Ingwerwurzeln. Wenn Salz verwandt wird, dann nur Meersalz.

Suppen und Getränke

Täglich eine Suppe aus Meeres- und Landgemüse sowie eine Brühe mit Miso oder Sojasauce ist eine der Empfehlungen der Makrobiotik. Damit wird auch Flüssigkeit zu sich genommen, während Getränke sonst eher sparsam genossen werden sollen. Der Durst sollte dann mit Quell- oder Brunnenwasser gestillt werden, sowie mit verschiedenen Teesorten wie manchen Grüntees, zum Beispiel Bancha, und Kräutern und Wurzeltees.

Öle

Auch bei den Ölen gilt, sie sollen möglichst naturbelassen sein. Es werden also native Pflanzenöle bevorzugt. Gesunde Öle und Fette werden während des gesamten Herstellungsprozesses äußerst schonend behandelt. Das Entsteinen und Pressen der Kerne geschieht manuell. Es wird besonders hochwertiges Sesam- und Maisöl empfohlen.

Elke Reinecke



Zum Beispiel Eibe oder Hagebutte

Alles wie 1920. Nur bewusster.

Seit über hundert Jahren wächst bei uns einzigartiges Wissen. Dass das auch künftig so sein wird, hat uns 2020 vor Augen geführt. Ebenso zeugt unser ausgewähltes Sortiment davon: 5.800 lagernde Kräuter, Heilkräuter, Gewürze, Tees, getrocknete Früchte und pflanzliche Rohstoffen – über 1.000 in Bio-Qualität. Sowie dessen fachgerechte Be- und Verarbeitung. Stellen Sie uns auf die Probe oder bestellen Sie einfach online.* Wer weiß mehr?



Alfred Galke GmbH
Kräuter, Gewürze, pflanzliche Rohstoffe
T +49. 53 27. 86 81-200 > galke.com

* nur für gewerbliche Abnehmer

Galke



Das Bio-Getreide wird in einer Wassermühle gemahlen, deren Ursprung in das 13. Jahrhundert zurückreicht.

Ein Bio-Leuchtturm im Norden

Die Bohlsener Mühle als grüne Erfolgsgeschichte

Die Entwicklung der Bohlsener Mühle bei Uelzen ist ein Vorzeige-Projekt für nachhaltige Unternehmenskultur. Früher nur im Fachhandel präsent, finden die Produkte des Bio-Unternehmens ihren Weg zunehmend in den Mainstream – als Herstellermarke auch als Sprachrohr der eigenen Intentionen. Bio-Pionier und Mühlen-Besitzer Volker Krause versteht in seinem Unternehmen Umweltschutz und regionale Landentwicklung als Realpolitik vor Ort.

Die geschichtsträchtige Bohlsener Mühle ist mitten im strukturschwachen östlichen Niedersachsen angesiedelt, wo Arbeitsplätze knapp sind und Landflucht ein Problem. Im Vergleich zu anderen Regionen spielt hier der Ökolandbau eine geringe Rolle, doch auch in diesem Bundesland geht es voran – 2020 wies Niedersachsen sogar den zweitgrößten Öko-Flächenzuwachs in der Bundesrepublik vor. Ein Mann der allerersten Bio-Stunde in dieser Region ist der Inhaber und Geschäftsführende Gesellschafter der Bohlsener Mühle, Volker Krause. Vor über 40 Jahren übernahm er den väterlichen Betrieb, um ihn vor dem Konkurs zu bewahren. Eigentlich hatte der gerade diplomierte Volkswirtschaftler und Politologe anderes im Sinn gehabt, seine Prüfung zum

Müllermeister legte er erst neun Jahre später ab. Doch der Wille, das Erbe und die Strukturen vor Ort zu bewahren und gleichzeitig die Umwelt zu schützen, waren treibende Kräfte für den nach eigenen Worten damals „noch etwas naiven“ Öko-Pionier.

Politisch aktiv auf allen Ebenen

Krause ist politisch in diversen Verbänden für Nachhaltigkeit, regionale Wertschöpfung und ländliche Entwicklung aktiv. Er war 2001 bis 2009 Vorstand Herstellung und Handel des Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) und ist seit 2018 Vorstand Verarbeitung des Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW). Volker Krause tritt auf allen Ebenen für die Stärkung regionaler Wirtschaftsstrukturen ein, genauso für

wahre Preise – also dafür, dass bei der Preisgestaltung auch die externen Folgekosten von Lebensmitteln einfließen, etwa für Umweltschädigungen. Dies sei eine Voraussetzung, um Wettbewerbsnachteile für Bio-Lebensmittel zu neutralisieren.

Im letzten Jahr hat der Geschäftsführer und Eigentümer als Buchautor gewirkt: Während in dem Wendebuch ‚1000 Mühlen braucht das Land. 9+1 Grundregeln für zukunftsfähiges Wirtschaften‘ der Journalist Gerhard Waldherr die 40jährige Geschichte der Bohlsener Mühle rekonstruiert, denkt Volker Krause über das grüne Wirtschaften nach und stellt einen Forderungskatalog an Politik und Wirtschaft für ein zukunftsfähiges Wirtschaften vor.

Regionale Wertschöpfungsstrukturen

In der Praxis ist Volker Krause mit seinem 100-Prozent-Bio-Unternehmen seit Jahrzehnten ein Stabilitäts- und Wachstumsfaktor in der Region. Der Umsatz der Bohlsener Mühle liegt heute bei über 57 Millionen Euro im Jahr, sie beschäftigt rund 270 Mitarbeiter. Der überwiegende Teil der verarbeiteten Getreide- und Pseudogetreide stammt von etwa 250 Landwirten der Region,

„Es gibt eine vernünftige optimale Größe.“

viele von ihnen in dem Erzeugerzusammenschluss Öko-Korn-Nord organisiert und ein Großteil dem Bioland-Verband angehört.

Vielfalt wird groß geschrieben und aktiv unterstützt, etwa durch ein Projekt, in dem norddeutsches Quinoa produziert wird. Gemeinsam mit Partner-Landwirten holt das Unternehmen längst verdrängte Kulturen wie Buchweizen und Leinsaat in die Region zurück. Ganz auf Importe verzichtet auch die Bohlsener Mühle nicht, etwa bei Gewürzen, die nicht in unseren Breitengraden gedeihen. 2020 wurden gut 23.000 Tonnen Getreide verarbeitet, 87 Prozent kamen aus Deutschland. Davon sind 95 Prozent deutsche Verbandsware. Die insgesamt 29.000 Tonnen verarbeitete Rohwaren stammen zu



Im Lüneburger Markenladen finden sich frische Backwaren aus der ganzen Getreidevielfalt der Bohlsener Mühle.

73 Prozent aus Deutschland. „Das schafft kaum ein Unternehmen“, meint Mathias Kollmann, Geschäftsführer der Bohlsener Mühle.

Ein vielfältiges Produktsortiment

Aus allen Hauptgetreidegattungen von Weizen und Roggen über Urgetreide wie Einkorn und Emmer bis zu Pseudogetreide wie Quinoa und Buchweizen produziert das Unternehmen ein vielfältiges Sortiment. Insgesamt stellt die Mühle 650 verschiedene Produkte her. 240 davon werden unter der eigenen Marke Bohlsener Mühle vertrieben, angefangen von klassischem Mehl, Brot und Brötchen über Snäckebröt bis hin zu Keksen und Müslis. In Zukunft werden noch größere Mengen produziert werden. Ende letzten Jahres wurde nach zwei Jahren Bauzeit eine 4.000 Quadratmeter große Produktionshalle beendet, eine neue dritte Backstraße ist angelaufen. Damit werde im Keks-, Crunchy und Knäckesegment die

Lüneburger Markenladen

Der 2020 eröffnete Markenladen im nahe gelegenen Lüneburg verstärkt noch einmal mehr den direkten Kontakt zum Endkunden. Die Ausstattung ist überwiegend gemäß der sogenannten Cradle to Cradle Prinzipien realisiert, also im Hinblick auf eine konsequente Kreislaufwirtschaft.

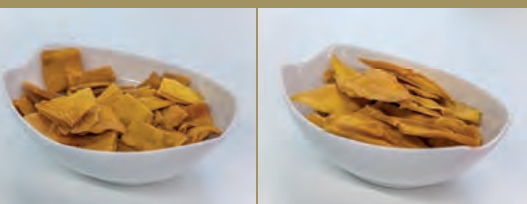
Auf 100 Quadratmetern werden nicht nur die verpackten Bio-Produkte der Bohlsener Mühle verkauft, sondern es gibt auch eine Unverpackt-Station und frische Backwaren. Fast 50 Unverpackt-Produkte sind erhältlich.

Im Eventbereich mit traditionellem Bäckertisch finden Backworkshops statt und es sei Platz für Gespräche mit Landwirten oder Käufern. Hier würden sowohl Getreidevielfalt als auch die Verarbeitung in Mühle und Bäckerei gezeigt.

Produktionskapazität um 50 Prozent gesteigert. Für dieses Jahr ist bereits die vierte Backstraße geplant. ➤



MANGO



SESAME SEEDS: NATURAL AND HULLED



COCONUT SUGAR

OILS



RICE

IFS / SEDEX-SMETA CERTIFIED



GLYCERIN

LECITHIN



Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis würdigt wegweisende Unternehmen, die in vorbildlicher Art und Weise die Transformation einer nachhaltigen Zukunft vorantreiben und wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und schonendem Umgang mit der Umwelt verbinden.

Vor fünf Jahren gewann die Bohlsener Mühle den Titel als „Deutschlands nachhaltigste KMU 2015“. 2020 war sie im Bereich Transformationsfeld Gesellschaft & Fairness ein weiteres Mal im Finale dieses Preises.

Bäckerei als weiteres Standbein

Zu Dauergebäck und Cerealien kommen noch frische Backwaren. Neben der Mühle hat Krause 1982 eine eigene Bäckerei gebaut, die seither mehrfach vergrößert wurde. Mit den in der Frischgebäckerei hergestellten frischen Broten, Brötchen und Konditoreiprodukten werden 153 Naturkostläden und Bäckereien in einem Umkreis von etwa 150 Kilometern beliefert. Erster Bäcker und langjähriger Bäckerei-Betriebsleiter war der inzwischen verstorbene Helmut Vollmer, einer der ersten Biobäcker in Deutschland. Die Mühlenprodukte wie Mehle, Schrote und Grieße gehen nicht nur in die eigene Produktion, sondern auch an weiterverarbeitende Lebensmittelhersteller. Die Bohlsener Mühle produziert für den Einzelhandel, Großverbraucher und Private Labels.

Zielgruppe Selbstständiger Einzelhandel

Doch Volker Krause will lieber seine Herstellermarke in den Märkten stehen sehen als anonyme Eigenmarken. „Die Herstellermarken sind das Sprachrohr der Verarbeiter in den Regalen“ betont der Mühlenbesitzer. „Über sie kommunizieren wir, was Bio für uns bedeutet.“ Die Bohlsener Mühle hat sich inzwischen über den Naturkostfachhandel als traditionellen Vertriebskanal hinaus entwickelt. Die Hersteller müssten unter



Fast 50 Unverpackt-Produkte sind im Markenladen erhältlich.

ihren eigenen Marken im LEH vertreten sein, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Diese Präsenz will die Bohlsener Mühle über die selbstständigen Kaufleute erreichen. In deren zirka 10.000 Outlets können nach Krauses Meinung nachhaltige Herstellermarken sinnvoll im LEH vermarktet werden und dabei eine wichtige Botschaft an die Verbraucher tragen.

„Wir schauen uns alle Kaufleute persönlich an.“

Partner für die Belieferung der selbstständigen Kaufleute sind vor allem die regionalen Zentralläger, etwa Edeka Südwest. Belieferung auf Strecke könne und wolle die Bohlsener Mühle nicht leisten. Für den Naturkostfachhandel erfolge der Vertrieb über die Bio-Großhändler. Mathias Kollmann wünscht sich, dass diese Bio-Großhändler auf ihren Lieferstrecken auch die konventionellen Kunden mit beliefern. Die Offenheit gegenüber diesem Thema müsse noch wachsen, aber „die Ansätze sind da, teilweise tun sie es schon“.

Dezentralisierung der Warenlager als Aufgabe

Durch den stark gewachsenen Warenumsatz während Corona kam es zu großen logistischen Problemen. Im Moment laufe alles über Bohlsen, das solle sich ändern. „Wir müssen in die dezentrale



Volker Krause (l.) und Mathias Kollmann (r.) werden in diesem Jahr die Dezentralisierung der Warenlager angehen.

Die Bohlsener Mühle bis heute

1265 wurde eine Mühle in Bohlsen erstmalig urkundlich erwähnt.

1952: Betriebsgründung der Firma Bohlsener Mühle durch Helmut Krause, den Vater des heutigen Inhabers. Anfang der 70er Jahre bis 1978 Lohnverarbeitung von Demeter-Getreide.

1979: Volker Krause übernimmt den väterlichen Betrieb und stellt auf 100 Prozent Bio um.

1982: Helmut Vollmer kommt zur Bohlsener Mühle und startet die Bäckerei.

1989: Der Neubau der Frischebäckerei wird fertiggestellt.

1988: Die erste Flockenanlage startet die Produktion.

1994/1995: Bau des ersten Lagers und Erweiterung des Verwaltungsgebäudes Mühlenstraße 1.

2004: Einweihung der dritten Betriebsstätte mit einer Backstraße für Flach- und Formgebäck und einer modernen Abpackanlage.

2003/04: Erweiterung der zweiten Betriebsstätte um neue technische Optionen. Anbau von 3.000 Quadratmetern Lagerfläche mit 2.000 Hochregalpalettenplätzen, 400 Blocklager- und 330 Durchlaufplatzplätzen.

2008: Inbetriebnahme der zweiten Backstraße, auf der nun auch Crun-

chys gebacken werden können.

2009: Kulturkontaktpreis für die Zusammenarbeit mit dem Museumsdorf Hösseringen.

2011: Erweiterung der Produktions- und Lagerkapazitäten um weitere 4.800 Quadratmeter auf 11.000 Quadratmeter Nutzfläche und Umfirmierung zu einer GmbH + Co. KG.

2012: Silo-Erweiterung um 800 Tonnen für Getreidelagerung und Bau der Pelletieranlage für Dinkelspelzen. Alena e.V., die Akademie für ländliche Entwicklung und Nachhaltigkeit wird gegründet.

2015: Start Quinoa-Projekt der Bohlsener Mühle, Deutscher Nachhaltigkeitspreis und Großer Preis des Mittelstands für die Bohlsener Mühle.

2016: Gründung der Bürgerenergie Bohlsen e.G. für die Umsetzung eines Nahwärmenetzes in Bohlsen mit Dinkelspelzen als Energiequelle.

2018: Mitarbeiter der Bohlsener Mühle erhalten eigenen Acker auf dem Firmengelände.

2019: Öko seit 1979 – die Bohlsener Mühle feiert ihr 40. Betriebsjubiläum.

2020: Bau einer zweiten, 4.000 Quadratmeter großen Produktionshalle beendet und eine neue dritte Backstraße angelaufen. Der Markenladen in Lüneburg wird eröffnet.

Lieferstruktur investieren“ sagt Kollmann. Die Dezentralisierung der Warenlager in Kooperation mit externen Logistikunternehmen stehe ganz oben auf der Zukunfts-Agenda und es werde bereits für dieses Jahr daran gearbeitet.

Auf die Frage nach einem eventuellen zweiten Unternehmens-Standort schüttelt Volker Krause aber den Kopf. Stabilität und resiliente Strukturen entstehen seiner Meinung nach durch mehrere Standbeine und die Einhaltung einer vernünftigen optimalen Größe. Er stehe für eine Wirtschaft, in der Wachstum nicht zwangsläufig ist.

Klimapositiv bis 2025

Die Bohlsener Mühle geht in Sachen Wertschöpfung seit 2019 noch einen Schritt weiter: „Aus den Getreidespelzen erzeugen wir in einem Heizwerk, das wir gemeinsam mit einer Bürger-Energiegenossenschaft betreiben, CO2-neutrale Energie für bislang 76 Haushalte in Bohlsen“, erläutert Kollmann. Die Dinkelspelzenheizung könnte bis zu 650 Tonnen CO2 im Jahr einsparen und erreicht bislang 400 Tonnen. Diese Heizmethode sei bisher einzigartig und ein wichtiger Schritt auf dem Weg zum Unternehmensziel, bis 2025 klimapositiv zu sein. Demselben Ziel dient auch der gemeinsam mit der Bioland Stiftung geförderte Humusaufbau. Hier arbeitet die Bohlsener Mühle mit verschiedenen ihrer Landwirte im Pilotprojekt Boden.KLIMA zusammen.

Partnerschaft schafft Zukunft

Auf solche langfristigen Partnerschaften mit den Landwirten vor Ort legt die Bohlsener Mühle großen Wert. Schon jetzt kommt es aufgrund der starken Nachfrage zur Konkurrenz um die Rohstoffe. Kleinere Hersteller haben im direkten Wettbewerb mit großen Handelsketten und ihren Lieferanten das Nachsehen. Dagegen steuere die Bohlsener Mühle mit regionalen Kooperationen und mit ihrer aktiven Einbindung auch in die sozialen Strukturen vor Ort. Volker Krause ist sich sicher: „Wir müssen heute in die Beziehung zum Erzeuger investieren“. So sehe eine lohnende Investition in die Zukunft aus.

Elke Reinecke

Thomas Dosch Koordinator bei Tönnies

Thomas Dosch, bisher Abteilungsleiter im niedersächsischen Agrarministerium, hat zum 1. Oktober 2020 eine Anstellung als Koordinator beim Schlachtbetrieb Tönnies übernommen. Das Grünen-Mitglied Dosch wurde 2014 von Agrarminister Christian Meyer (Grüne) ins Ministerium nach Hannover geholt, nachdem er früher zwölf Jahre als Vorstand des Ökobaunverbands Bioland arbeitete.

Stephanie Moßbacher jetzt Teil der Byodo-Geschäftsleitung

Gemeinsam mit der geschäftsführenden Inhaberin Andrea Sonnberger bildet die Gründertochter Stephanie Moßbacher seit Oktober 2020 die neue Unternehmensleitung von Byodo Naturkost. Schon seit Herbst 2018 ist die 30-Jährige als Gesellschafterin am Unternehmen beteiligt. Als Geschäftsführerin verantwortet sie nun die Bereiche Einkauf, Marketing/PR, Produkt- und Nachhaltigkeitsmanagement.

Elke Röder nun bei Terra Naturkost

Die frühere langjährige Geschäftsführerin des Bundesverband Naturwaren (BNN) Elke Röder arbeitet seit November letzten Jahres für den Berliner Bio-Großhändler Terra Naturkost. Sie leitet dort die Unternehmenskommunikation. Elke Röder hatte Anfang April 2020 nach 30 Jahren den BNN verlassen, um sich neu zu orientieren.

Percy Schmeiser ist gestorben

Am 13. Oktober 2020 ist der kanadische Farmer und Aktivist Percy Schmeiser im Alter von 89 Jahren gestorben. Für seinen Widerstand gegen Monsanto und die Grüne Gentechnik wurde er 2007 zusammen mit seiner Frau mit dem Alternativen Nobelpreis ausgezeichnet. Weltweit warnte er bei zahlreichen Vortragsreisen vor der Ausbreitung und dem Einsatz von gentechnisch veränderten Pflanzen in der Landwirtschaft.

Überdurchschnittliches Öko-Wachstum in Niedersachsen

Marktdaten 2020 zeigen, was den Ökolandbau zum Wachsen bringt

Landwirtschaftliche Fläche in Niedersachsen 2017 bis 2019

	2017	2018	2019	Veränderung 2018 zu 2019 absolut	Veränderung 2018 zu 2019 prozentual
Landwirtschaftliche Nutzfläche	2.587.400 ha	2.587.400 ha *	2.579.900 ha *	- 7.500 ha **	- 0,3 % **
Öko-Fläche	99.981 ha	107.694 ha	120.675 ha	12.981 ha	12,1 %
Anteil der Öko-Fläche an gesamter landwirtschaftlicher Nutzfläche	3,9 %	4,2 %	4,7 %	-	-

* Vorjahreswert eingesetzt, ** Berechnung KÖN

Quelle: ML 2020, Grafik: KÖN, 2020

Finanzielle Förderung des Öko-Landbaus, Verarbeitungsmöglichkeiten vor Ort und gute und stabile Erzeugerpreise – das sind Strukturen, die den Ökolandbau anwachsen lassen. Dies ist nach Meinung des Kompetenzzentrums Ökolandbau Niedersachsen deutlich in den aktuellen Marktdaten 2020 für ihr Bundesland zu erkennen.

Niedersachsen holt auf im Öko-Landbau: Aktuell sind zwar nur 4,7 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche ökologisch bewirtschaftet, der Durchschnitt liegt bei 9,7 Prozent. Doch das Bundesland glänzte 2019 mit fast

13.000 Hektar neuer Öko-Fläche. Das ist der zweitgrößte Flächenzuwachs aller Bundesländer und 12 Prozent mehr als 2018. Nur in Bayern wurde noch mehr Hektar an Öko-Fläche zugelegt.

Es wurden 2.115 landwirtschaftliche Bio-Betriebe gezählt, 162 davon neu dazugekommen. Allerdings betrug der Anteil der Öko-Betriebe an allen landwirtschaftlichen Betrieben in Niedersachsen nur sechs Prozent, das ist deutlich weniger als der Bundesdurchschnitt.

Die durchschnittliche Betriebsgröße der Öko-Betriebe in Niedersachsen stieg um zwei Hektar an, auf jetzt 57 Hektar. Insgesamt waren die Öko-Betriebe im Durchschnitt rund 16 Hektar kleiner als der Durchschnitt aller niedersächsischen Betriebe. Etwa die Hälfte der Öko-Betriebe in Niedersachsen war einem der Öko-Anbauverbände angeschlossen, von diesen knapp ein Drittel an Bioland.

Regionale Verarbeitung und finanzielle Anreize wirken

Insgesamt konnten die Marktdaten 2020 bestätigen, dass regionale Verarbeitungsmöglichkeiten sich erkennbar auswirken. Die Nähe zu Verarbeitungsbetrieben sei ein wichtiger Faktor für die Entwicklung des Ökolandbaus. Auch stabile Erzeugerpreise wirken sich stark auf die Umstellungsbereitschaft aus. So hätten aufgrund stabiler Öko-Milchpreise zu Zeiten sinkender Preise für konventionelle Milch die Umstellungen bei den Milchbetrieben stark zugenommen. Als seit 2017 die Molkereien keine neuen Verträge für Biomilch mehr annehmen, fiel die Anzahl der Umsteller wieder auf früheres Niveau zurück. Genauso einen deutlichen Effekt zeigten die Anhebung der Öko-Flächenförderung in Niedersachsen und die Umstellungsfor-

derungen – allerdings dauere es bis zur Umsetzung der Umstellung rund drei Jahre.

Vermarktungsmöglichkeiten verändern Fruchtfolgen

Nach dem Kompetenzzentrum verändern sich die Fruchtfolgen der ökologischen Betriebe. Inzwischen treten stärker Vermarktungsaspekte in den Vordergrund statt pflanzenbaulichen, standortbedingten oder betrieblichen Kriterien.

Der Anbau von Körnermais, Futtertriticale und Roggen ging im Aussaatjahr 2020 zurück, während Dinkel und Hafer zulegen. Aufgrund des boomenden Hafermarktes habe es hier sogar eine Steigerung um 69 Prozent auf 2.232 Hektar gegeben. Auch der Anbau von Ackerbohnen, Erbsen und Lupinen legte zu. Diese seien als Eiweißträger für die Fütterung gefragt und die Preise über Jahre stabil.

Beim Öko-Gemüse sind es vor allem die Zwiebeln, die stark zugelegt haben. Ihre Anbaufläche stieg um 42 Prozent auf 269 Hektar.



Chancen durch neue Vertriebswege

Es ändern sich auch die Vermarktungswege generell. Henning Niemeyer vom Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen machte besonders auf die Chancen des Online-Handels für den Bio-Absatz aufmerksam.

Er sieht die Chance, dem Zeitgeist zu entsprechen und einen

einfachen Einkauf von Bio-Lebensmitteln über das Netz mit Information und Unterhaltung zu verbinden. So verzeichneten regional agierende Lieferdienste in der aktuellen Zeit „traumhafte“ Zuwächse, allen voran die Abo-Kistenanbieter. Die herkömmlichen Vertriebswege verschwänden nicht – doch sie verlören an Bedeutung.

Elke Reinecke

Neuer Verbund soll Naturkostfachhandel stärken

Am 15. Oktober 2020 wurde der BioMarkt Verbund als gemeinsame Dachmarke für die etwa 300 Denns BioMärkte und zirka 150 selbstständigen BioMärkte gegründet. Für den Verbund gibt es ein gemeinsames Dennree Grundsortiment, aus dem alle Mitglieder 80 Prozent ihres Sortimentes beziehen

müssen. Brot, Back-, Theken- und Bistrowaren fließen nicht in die Berechnung ein. Die Verbundmitglieder könnten von den zentralen Diensten des Verbundes wie Marketing, Kommunikation, Internetpräsenz und auch Stromeinkauf oder Hausmeisterservices profitieren. Alle Denns BioMärkte

und dem Verbund angeschlossenen BioMärkte erhalten einen gemeinsamen Außenauftritt, es gibt ein einheitliches neues BioMarkt-Logo. Die Entscheidungen des Verbundes würden durch einen gewählten Vertriebsausschuss aus fünf gleichberechtigten Mitgliedern gefällt.

Anja Pfab und Markus Queitsch erhalten Prokura bei Ökoring

Thomas Börkey-Biermann und Christoph Weigl, Geschäftsführer der Ökoring Handels GmbH, erteilten Anja Pfab und Markus Queitsch im Oktober 2020 jeweils eine Einzelprokura. Als Grund wurde die langjährige enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit angegeben. Pfab und Queitsch seien beide schon lange Teil der Ökoring-Familie und hätten durch ihre Arbeit bereits in der Vergangenheit einen großen Anteil am Erfolg des Unternehmens. Frau Pfab verantwortet die Buchhaltung und Herr Queitsch ist mit seinen eigenen Unternehmen 'Markus Queitsch Transporte' und 'BIO-Transporte GmbH & Co. KG' für die Logistik des Bio-Großhändlers zuständig.

Ralf Hoppe neuer Verkaufsleiter der Bauck GmbH

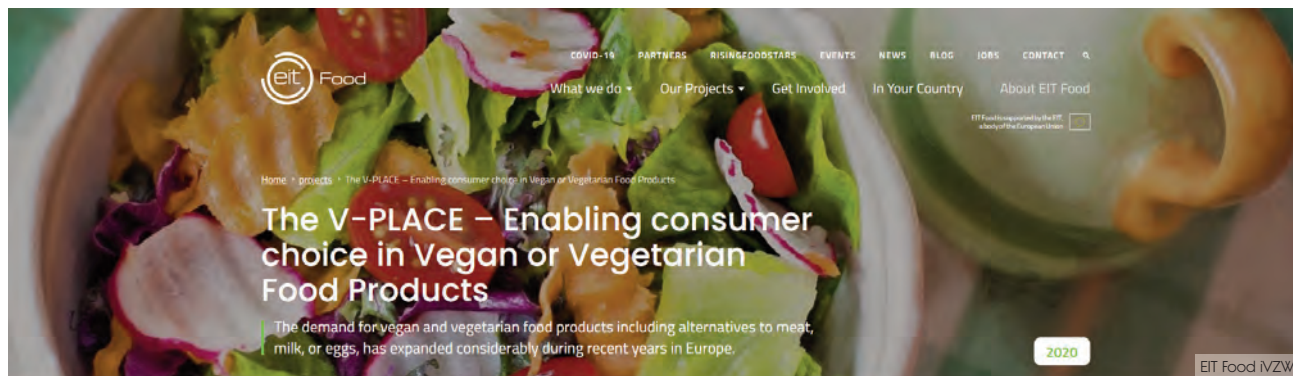
Zum 1. Februar 2021 übernimmt Ralf Hoppe die Verkaufsleitung bei der Bauck GmbH. Der Diplom-Wirtschaftswissenschaftler tritt damit die Nachfolge von Susan Bauck an, die nach rund 30 Jahren im Vertrieb eine neue Aufgabe innerhalb der Bauck GmbH übernehmen wird. Mit dem Beginn der neuen Tätigkeit verlässt Ralf Hoppe seinen Posten als Geschäftsführer Vertrieb D-A-CH bei der Allos Hof-Manufaktur GmbH, den er rund vier Jahre ausfüllte.

Personalwechsel bei Bio Company

Der langjährige Geschäftsführer von Midgard Naturkost, Felix Wasmuth, verantwortet fortan ausschließlich die Einkaufsleitung der BIO COMPANY. Er füllt diese Stelle bereits seit über einem Jahr aus – bisher zusätzlich zu seiner Funktion in der Geschäftsleitung von Midgard Naturkost, einer 100 prozentigen Bio Company Tochter. Die Geschäftsführung von Midgard Naturkost hat nun Dr. Johannes Gaismayer übernommen.

Mehr Vielfalt bei pflanzenbasierten Lebensmitteln!

Es fehlt an Auswahl und an Kundenkommunikation jenseits von vegan & Co.



„The V-Place“ ist ein Kommunikationsprojekt, in dem die Faktoren bei der Kaufentscheidung bei pflanzenbasierten Lebensmitteln untersucht werden, genauso wie der Informationsbedarf der Verbraucher.

Mehr kulinarische Vielfalt und eine bessere Verfügbarkeit pflanzenbasierter Lebensmittel, vor allem im vertrauten Supermarkt – das wünschen sich die Kunden laut einer europäischen Verbraucherumfrage. Gleichzeitig seien vertrauenswürdige Informationen zu schwer zu bekommen und das übliche Marketing gehe an der großen Gruppe der Flexitarier vorbei.

Das sind erste Ergebnisse einer Studie zu Einstellungen und Informationsbedürfnissen von Konsumenten zu pflanzenbasierten Lebensmitteln, koordiniert vom Forschungs-

zentrum für Bioökonomie der Uni Hohenheim. In ihr sollen die entscheidenden Faktoren für Kaufentscheidungen bei pflanzenbasierten Lebensmitteln untersucht werden, genau wie der Informationsbedarf von Verbrauchern in Dänemark, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Polen.

Boom bei pflanzenbasierten Lebensmitteln – aber keine Vielfalt

Der Markt der pflanzenbasierten Lebensmittel boomt und ein Ende des Wachstumstrends sei nicht abzusehen. Doch der Studie nach gibt es noch viele Wünsche bei den Verbrauchern: Es werde eine größere Vielfalt erwartet – nicht nur an Zutaten und Fertigprodukten. Neben mehr Imitaten sollten auch mehr eigenständige neue Lebensmittel auf den Markt kommen, die dabei

deutlich stärker Nachhaltigkeits- und Gesundheitsaspekte berücksichtigen. Zurzeit sei das Angebot an pflanzlichen Milchalternativen am vielfältigsten, doch auch hier fehle es zum Beispiel an einer größeren Auswahl an Käsealternativen. Bei den pflanzlichen Fleischalternativen wird die Vielfalt zumindest von den befragten Fachleuten als mittel bis gering eingestuft. Hier prägten vor allem Burger-Patties und

Geschnetzeltes sowie Wurstwaren das Angebot. Eher eintrögnig sei das Angebot vor allem bei Würstchen, Fleisch- und Schinkenalternativen, auch gebe es wenig länderspezifische Rezepturen. Genauso würden pflanzenbasierte Alternativen für Eier und Fisch vermisst.

Fachleute erwarten der Umfrage nach für die Zukunft viele Verbesserungen und Änderungen, etwa einen stärkeren Fokus auf Bio- und Regio-

Was sind pflanzenbasierte Lebensmittel?

In der Studie sind mit pflanzenbasierten Lebensmitteln alle Produkte gemeint, die rein pflanzlichen Ursprungs sind, jedoch tierischen Lebensmitteln, wie beispielsweise Fleisch, Milch, Eier oder anderen Produkten, in Textur, Geschmack oder Aussehen ähneln und diese ersetzen sollen. Darunter fallen unter anderem Milchalternativen wie Haferdrinks und andere pflanzenbasierte Drinks oder Fleischalternativen wie Sojageschnetzeltes und Burger Patties. Unverarbeitete oder wenig verarbeitete Produkte wie Obst- und Gemüse und deren Verarbeitungen zählen nicht zu den pflanzenbasierten Lebensmitteln.

nalprodukte. Sie gehen auch von einer starken Verbesserung der sensorischen und geschmacklichen Qualität aus.

Mehr Wissen gefragt

Die Studie zeigte auch einen hohen und vielfältigen Bedarf an Informationen rund um pflanzenbasierte Lebensmittel auf. Dabei gelten bei den Verbrauchern als glaubwürdige Informationsquellen vor allem staatliche oder wissenschaftliche Einrichtungen. Und die Verbraucher wollen mit Informationen dort abgeholt werden, wo sie sich bereits aufhalten: Im Internet, den sozialen Medien, in Apps oder am Point of Sale, also im vertrauten Lebensmittelmarkt vor Ort.

Gründe gegen pflanzenbasierte Lebensmittel seien zum Beispiel neben zu hohen Preisen auch fehlendes Wissen

Projekt The V-Place

In dem Kommunikationsprojekt 'The V-Place - Enabling consumer choice in Vegan or Vegetarian food products' nimmt eine zweistufige europäische Verbraucherstudie die entscheidenden Faktoren für die Kaufentscheidung bei pflanzenbasierten Lebensmitteln unter die Lupe. Gleichzeitig wird der Informationsbedarf der Verbraucher aus sechs europäischen Ländern ermittelt.

Begleitet wird das Projekt mit Hintergrundartikeln und Social-Media-Aktionen in Kooperation mit der EIT Food Web-Plattform FoodUnfolded, wo Informationen und Unterhaltung rund um das Thema Lebensmittel und Ernährung geboten werden.

Kooperationspartner sind unter anderem die Universitäten Hohenheim, Aarhus, Turin, die Unternehmen Danone und Doehler sowie die Nichtregierungsorganisation ProVeg International.

um die Zubereitung. Dazu befürchten die Kunden gerade bei Fleischalternativen, die versuchen das Original zu imitieren, einen zu hohen Verarbeitungsgrad und zu viele Zusatzstoffe – eine Sorge, die Experten für berechtigt halten.

Dabei ist gerade der Wunsch, sich gesund zu ernähren, ein wichtiger Grund für den Kauf pflanzenbasierter Lebensmittel. Nahrungsmittel-Intoleranzen spielen eine Rolle, die gewünschte Reduktion von Übergewicht oder einfach eine Förderung des individu-

ellen Wohlbefindens. Dazu kommt der Wunsch nach Nachhaltigkeit, es würden Tier-, Umwelt- und Klimaschutz motive genannt.

Flexitarier fühlen sich nicht angesprochen

Werbung für pflanzenbasierte Lebensmittel findet sich passend zu ihrem wachsenden Marktanteil immer häufiger, doch es sei noch Luft nach oben bei der Vermarktung der Produkte. Vor allem die große Zielgruppe der Flexitarier werde aktuell nicht erreicht. Viele Menschen, die ihre Ernährung nachhaltig gestalten und darum den Konsum tierischer Produkte reduzieren wollten, fühlten sich von der auf Veganer und Vegetarier ausgerichteten Werbung nicht angesprochen.

Elke Reinecke



Zukunftssicherung durch Klimaschutz ist ein zentrales Element der Bio-Landwirtschaft. Österreichs Bio-Landwirtschaft ist beim Umwelt- und Klimaschutz seit jeher führend. Als weltweit erstes Land hat Österreich bereits in den 1980er Jahren staatliche Richtlinien für die biologische Erzeugung von Lebensmitteln festgeschrieben.

MEHR BIO. MEHR QUALITÄT.

Längst schon ist Bio in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Das zeigen auch die Eckdaten: Rund 25 Prozent der landwirt-

schaftlich genutzten Fläche Österreichs wird bereits biologisch bewirtschaftet. 20 Prozent der Bauernhöfe sind zertifizierte Bio-Betriebe. Nahezu zehn Prozent der im Land der Berge verkauften Lebensmittel kommen aus biologischer Produktion.

Damit liegt Österreich im EU-Vergleich deutlich höher als der Durchschnitt. Und der Trend zu mehr Bio hält weiterhin an. Das zeigt auch die stetig steigende Nachfrage nach österreichischen Bio-Lebensmitteln. Es ist eben die Bio-Qualität, die den Erfolg ausmacht – und so auch Umwelt und Klima schützt.



DAS GÜTESIEGEL FÜR AUSGEZEICHNETE BIO QUALITÄT.

- 100 Prozent biologische Zutaten
- ausgezeichnete Produktqualität
- österreichische Herkunft und Verarbeitung der Rohstoffe
- unabhängige Kontrolle



Der Rittersaal der Akademie Schloss Kirchberg als TV-Studio.

Große Politik und kleine Strukturen

Branchen-Diskussion auf Schloss Kirchberg live und digital

Bei den III. Öko-Marketingtagen auf Schloss Kirchberg standen der Green Deal und GAP-Kompromiss im Zentrum. Wenn es um die Lösungen der Bio-Branche als Taktgeber des nachhaltigen Wandels ging, dann wandte sich der Blick

ins Kleinteilige. Denn vor allem in optimalen Unternehmensgrößen, in regionalen Strukturen, kurzen Wertschöpfungsketten und Eigenverantwortung bei allen Beteiligten sahen Bio-Vertreter die Lösung für viele Probleme.

Der Corona-Krise geschuldet hat die Akademie Schloss Kirchberg den Rittersaal ins TV-Studio verwandelt und die III. Öko-Marketingtage weitgehend ins Netz verlagert. Die Moderatoren und einige wenige Vertreter der Branche waren vor Ort. Mehr als 450 Teilnehmende verfolgten die Beiträge per Livestream und konnten im Chat auch direkt Fragen stellen.

Das neue Format habe seine Stärken, etwa den schnellen, direkten Austausch des Publikums mit den Referierenden. Viel beschäftigte Experten ließen sich zudem gerne, statt eine lange Anreise auf sich zu nehmen, für eine Stunde vor den Computer verpflichten. Darauf wies Gastgeber Rudolf Bühler, Vorsitzender der Stiftung Haus der Bauern, in der Begrüßung hin: „Eine Online-Konferenz erlaubt auch einen weiteren Kreis an Teilnehmenden.“

Dann kam er aber direkt zu den politischen Entwicklungen der letzten Zeit, die die Bio-Branche gerade besonders betreffen: „Fast hätte man glauben können, die große Politik hat begriffen, um was es geht. Die Ernüchterung folgte auf dem Fuß.“

Die Biobranche fasse den Green Deal als Weg zu einer nachhaltigen grünen Gesamtökonomie auf – und ist selbst bereit, als Taktgeber dieses Wandels zu dienen, betonte Bühler. Dies bestätigte später Jan Plagge, Vorstand Bioland und IFOAM Europe, noch einmal wörtlich und diese Einstellung vereinigte deutlich alle Teilnehmer des Kongresses.

Kritik am GAP-Kompromiss des EU-Agrarrats

Doch der gerade erfolgte Kompromiss der EU-Agrarministerkonferenz für die neuen Leitlinien für die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) der nächsten sechs Jahre fiel nicht entsprechend den großen Hoffnungen aus. Wolfgang Burtscher, Generaldirektor Generaldirektion Landwirtschaft und Ländliche Entwicklung (AGRI), der als Vertreter der Europäischen Kommission zugeschaltet war, musste viel Kritik abwehren. Er wurde auch damit konfrontiert, dass Frans Timmermans, der für die Umsetzung des Green Deal zuständige exekutive EU-Vizepräsident, parallel zum zweiten Tag des Kongresses ebenfalls seine Enttäuschung in einem Interview mit der ARD formulierte. Auch Timmermans kritisierte, dass der Rat und das Europäische Parlament nicht mehr Ambitionen gezeigt hätten und an einer nicht nachhaltigen Agrarpolitik festhalten würden. Auf Fragen dazu aus dem Online-Chat wich Burtscher größtenteils aus. Er sei überzeugt, der Rechtsrahmen sei grundsätzlich in der Lage, die Zielsetzungen des Green Deal umzusetzen. Der EU-Generaldirektor wies darauf hin, dass die Agrarpolitik auch die Lebensmittelsicherheit gewährleisten müsse.

Ernährungsverhalten als zentraler Punkt

Zur Frage, ob ökologische Methoden in der Landwirtschaft und tiergerechte Produktion genügend Lebensmittel zur Verfügung stellen könnten, hatte sich schon Alexander Beck geäußert, Vorstand der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller. Die Erträge würden zwar geringer werden, doch für die Ernährung der EU-Bürger ausreichen – wenn die Ernährungsgewohnheiten sich hin zu mehr pflanzlichen Lebensmitteln ändern und die Lebensmittelverschwendung absinke. Ernährungsstil und -verhalten seien zentral, weil sie den Umbau der Landwirtschaft so erst ermöglichen – und gleichzeitig ungesunde Ernährung, enorme gesellschaftliche Kosten und individuelles Leid verursachten.

„Fast hätte man glauben können, die große Politik hat begriffen.“

Konkrete Maßnahmen und Innovation gebe es wenig, meist nur alte Themen wie Kennzeichnungsregeln usw. Besonders ärgerte es ihn, dass alles wieder einmal auf freiwillige Zugeständnisse hinausliefe. Vergessen würden auch die Gestaltungsmöglichkeiten der Verarbeiter und Händler zu Ernährungsumgebungen. Die Realität des Lebensmittelmarktes sei geprägt durch eine einseitige Marktmacht großer Einzelhandelskonzerne.

Handel neu gedacht?

Doch wie kann Handel auf verschiedenen Ebenen neu gedacht werden? Dazu kamen ein Online-Unternehmen, eine Genossenschaft und ein Vertreter



Alles Banane aber bitte mit Schoko



Das neue Banana Split von Rachelli.
Genuss in Demeter-Qualität.



www.bio-eis.de



Auch in Pandemie-Zeiten war Schloss Kirchberg Treffpunkt der Bio-Branche.

der Big Four des LEH zu Wort. Das Start-Up Pielers stellte sich vor, ein neuer Online-Marktplatz für die Direktvermarktung nachhaltiger Lebensmittel. Im Angebot sind wenige Bio-Produkte, der Schwerpunkt liegt auf selbstgesetzten Qualitätsregeln. Hier können Kunden Produkte direkt vom Erzeuger zu sich nach Hause bestellen. Der Versand erfolgt deutschlandweit per Post. Angesprochen werden die Kunden vor allem über Social Media Plattformen.

„Kaufleute stehen für Ehrlichkeit und Authentizität.“

Die im Lübecker Land angesiedelte Erzeuger-Verbraucher-Genossenschaft Landwege hat inzwischen über 1.000 Mitglieder und betreibt zwei Bio-Märkte. Ihre Geschäftsführerin Tina Andres beschreibt sie als ökologisches Modell echter gelebter Regionalität. Der Vertreter der Edeka, der Bereichsleiter für Bioprodukte Robert Poschacher, sah in sei-

nem Konzern die selbstständigen Kaufleute als Herzstück bei der Brücke zum Verbraucher, sie ständen für Ehrlichkeit und Authentizität. Jan Plagge sieht ganz ausdrücklich eine Chance der selbstständigen Kaufleute, über ihr Sortiment nachhaltig und gesellschaftlich zu wirken. Aus dem Chat danach gefragt, warum sich so wenig um diese Kaufleute gekümmert würde, sieht er dort Nachholbedarf. Die engagierten Kaufleute dürften nicht allein gelassen werden. Sie benötigten Investitionen, zum Beispiel beim Strukturaufbau und bei der Unterstützung kurzer Wertschöpfungsketten, gemeinsam mit Herstellern, Verarbeitern und Landwirten.

Die Ethik im Einkaufskorb vermitteln

Beim Thema Glaubwürdigkeit des Handels ging es um die Strategien, den Kunden zu erreichen. Er soll nachhaltig einkaufen und dafür, wenn nötig, mehr Geld ausgeben. Die Verbraucher sind dazu bereit,

wenn Marketingkonzepte den wahren Kern treffen.

Die Vertreter von Rewe, BNN und einer regionalen Lieferkiste waren sich einig: Glaubwürdigkeit und Transparenz sind essentiell. Marcus Wewer, Referent Ökologischer Landbau der Rewe Group, nannte schon die Kennzeichnung der Hersteller auf den Rewe-Eigenmarken einen großen Schritt zur Transparenz. Ansonsten hätten viele öffentlichkeitswirksame Ökomarketing-Aktionen ausgerechnet bei Penny stattgefunden. Die letzte Aktion war die Auszeichnung von Produkten bei Penny mit ihren wahren Preisen. Sie hatte viel Aufmerksamkeit und auch Diskussionen mit den Kunden gebracht. Der Kunde wolle wissen, was mit seinem Geld geschieht. Die Milch von Du-bist-hier-der-Chef, mit der transparenten Deklaration, wie der Preis begründet ist, komme gut beim Kunden an. Dennoch: Dass so etwas bei hauseigenen Rewe-Produkten auf der Packung, am Point-of-Sale dargestellt würde, hält Wewer für schwierig realisierbar.

Georg Neubauer von der Hamburger Blattfrisch GmbH

und Gründer der regionalen Lieferkiste Liekedeeler meinte, der Discount könne vieles auch besser darstellen, da sein Sortiment begrenzter sei. Oft seien auch Kennzeichnungen pro Produkt viel zu aufwendig, etwa beim CO₂-Abdruck. Da müsse man mit übergeordneten Kategorien arbeiten, etwa mit Produktgruppen. Bei der Preisgestaltung für Bioprodukte sieht er Spielraum für den Handel. Da die Aufschläge des Handels prozentual berechnet würden, käme es bei einem höheren Anfangspreis, der für Bio-Produkte angemessen sei, zu einer „Preisspirale“. Diese könne durchbrochen werden, denn zum Beispiel die Transportkosten seien schließlich für Bio-Produkte nicht höher als für konventionelle.

Wirtschaft neu denken mit regionalen Strukturen

Handel war der eine Kongress-Teil, es ging auch um Wirtschaft allgemein neu denken. Wie regionale Wertschöpfungsketten den Strukturaufbau

ganzer Regionen unterstützen können und auch neue Ideen von Partnerschaft entstehen, zeigte sich am Beispiel der Bohlsener Mühle und der Voelkel GmbH. Bio als Taktgeber des Wandels – hier stellte sich wieder die Frage, inwiefern für den Green Deal überhaupt neue Modelle erfunden werden müssen. Kurze Wertschöpfungsketten, langfristige Partnerschaften und die Einbeziehung sozialer Faktoren sind seit Anbeginn ein Kennzeichen der Bio-Branche. Diese dürfe sich auch nicht von ihren Grundwerten abbringen lassen, wenn Bio aus der Nische herauswächst. Boris Voelkel warnte davor, dass die Bio-Branche in die gleichen Probleme schlittern könne wie die Konventionellen.

„Der Discount ist da durchaus Vorreiter.“

Da stimmte ihm Volker Krause von der Bohlsener Mühle zu. Bio-Produkte herstellen könne fast jeder, ganzheitlich arbeiten aber nur wenige. Verarbeitungsbetriebe seien nicht nur „Durchlauferhitzer für Bio-Roh-

stoffe“, sie müssten soziokulturelle Multiplikatoren sein. Dabei sieht er den Mittelstand als innovativer an als große

„Kein Durchlauferhitzer für Bio-Rohstoffe.“

Strukturen. Eine Einschätzung, die er mit vielen Vertretern der Bio-Branche teilt. Auch Georg Neubauer, der Geschäftsführer der Hamburger Blattfrisch GmbH, sah in kleineren Strukturen einen Innovationsvorteil und auch einen Vorteil für die Realisierung nachhaltiger Ideen. Insgesamt kritisiert wurde die häufig klobige Logistik – es ist der Bio-Großhandel gemeint – der authentischen Verarbeiter. Hier könne durch Verbesserung Geld für die Landwirtschaft freigespielt werden, wenn die LKWs auf ihrem Weg auch bei Kaufleuten auslieferten.

Außerdem seien nachhaltige Prinzipien leicht machbar, wenn die vielseitigen authentischen Bio-Herstellermarken einen Platz im Regal hätten. Zustimmung von Hubert Heigl, Präsident von Naturland, der gegen Bio-Eigenmar-



Gastgeber Rudolf Bühler eröffnet den Kongress.

ken mit möglichst günstigen Rohwaren plädiert. Er wies auch darauf hin, dass Regionalität in allen Regionen der Welt zuhause sei und betonte die Wichtigkeit eines effektiven Lieferkettengesetzes.

Außer-Haus-Verpflegung als Hebel für Bio

Dass es für einen größeren Anteil an ökologischem Landbau auch einen größeren Markt geben müsste, darauf wurde in vielen Diskussionen hingewiesen. Martin Hahn, der Vorsitzende des Ausschusses für

ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg hob in seiner Einführung hervor, dass in der Außer-Haus-Verpflegung die großen Märkte lägen, die politisch begleitbar seien.

Hier gäbe es viel zu tun. Carola Strassner, Professorin für nachhaltige Ernährungssysteme an der FH Münster gab einen Überblick über die derzeitige Situation in der AHV. Es werde hier immer noch deutlich weniger Bio als im Einzelhandel umgesetzt. Viel Luft nach oben also – wenn der Wille da ist.

Elke Reinecke



FLAVEX®
Naturextrakte
www.flavex.com · Germany

Entdecken Sie die Vorteile unserer CO₂-Extrakte

- ✓ 100% natürliche Pflanzenextrakte
- ✓ Frei von Konservierungsmitteln
- ✓ Einfache „Clean Label“ Deklaration
- ✓ Sparsame Dosierung
- ✓ Hohe Stabilität



Besuchen Sie uns!
17.-19.02.2021

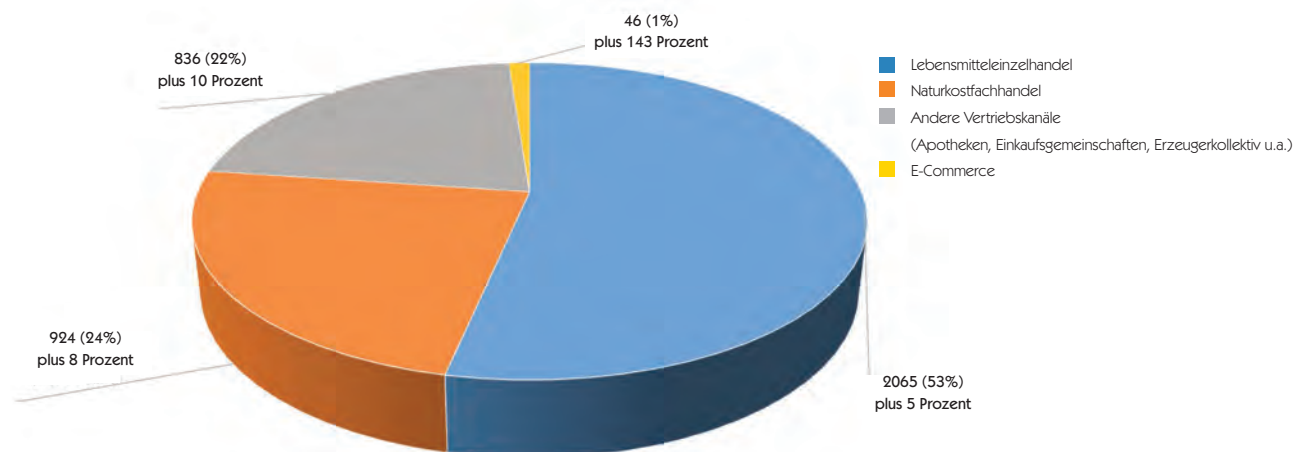
BIOFACH VIVANESS eSPECIAL

Experience the essence of nature

Der italienische Biomarkt wächst weiter

Sieben Prozent mehr Bio-Einkäufe im letzten Jahr

Umfang der Vertriebskanäle im italienischen Bio-Handel 2020 (bis August) in Millionen Euro



2019 ist die Gesamtfläche für den Öko-Landbau in Italien um 35.000 Hektar auf zwei Millionen Hektar angewachsen. Das ist eine Steigerung von fast zwei Prozent gegenüber 2018. Der Gesamtumsatz italienischer Bioprodukte auf dem heimischen Markt lag nach Zahlen vom August 2020 bei über 4,3 Milliarden Euro im Jahreszeitraum.

Nach den SINAB-Daten (Nationales Informationssystem für Öko-Landbau) des italienischen Ministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Forstpolitik haben Italiens Öko-Landbauflächen in den letzten zehn Jahren um 79 Prozent zugenommen. Damit stehe Italien in Europa an dritter Stelle hinter Spanien und Frankreich. Bezogen auf den Prozentanteil von ökologisch bewirtschafteter Fläche an der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche

des jeweiligen Landes liegt Italien mit fast 16 Prozent vor Spanien (10,1 Prozent) und Frankreich (8,1 Prozent). Der EU-Durchschnitt lag bei nur 7,5 Prozent 2018.

12.000 Hektar mehr Bio-Ackerflächen in 2019

Die Bio-Ackerflächen haben um etwas mehr als 12.000 Hektar zugenommen: Hartweizen um sechs Prozent, Gerste um drei Prozent, Reis um 12 Prozent, Sonnenblumen um 26 Prozent, Soja um 15 Prozent, Luzerne um acht Prozent, Tomaten um 21 Prozent und Hülsenfrüchte um 13 Prozent. Bei den Dauerkulturen wuchsen vor allem die Flächen von Oliven, Reben und Zitrusfrüchten, genauso gab es Steigerungen bei Äpfeln und Birnen. Parallel steigt die Zahl der Bio-Unternehmen, die 2019 bei 80.643 lag: ein Plus von zwei Prozent gegenüber 2018. Fast 60.000 davon sind landwirtschaftliche Betriebe, deren Zahl aber im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig ist. Am stärksten stieg die Zahl der verarbeitenden Erzeuger (14 Prozent), während es etwa drei Prozent mehr Bio-verarbeitende

Unternehmen gab. Mit 527 Bio-Importeuren konnte auch hier ein Wachstum von 12 Prozent verzeichnet werden.

Bio-Gesamtumsatz von 4,3 Milliarden Euro in 2020

Der Gesamtumsatz italienischer Bioprodukte auf dem heimischen Markt – unter Berücksichtigung aller Vertriebskanäle – überstieg laut dem im Oktober 2020 veröffentlichten Sana Observatory im Jahr 2020 die 4,3 Milliarden Euro (Jahreszeitraum mit Ende August 2020). Fast vier Milliarden Euro davon entfallen auf den Verbrauch zu Hause, hier zeigt sich ein Plus von sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Einen erheblichen Umsatzeinbruch erlebte die Außer-Haus-Verpflegung. Die knapp 500 Millionen Euro Umsatz entsprechen einem Minus von 27 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies wird auf die mit der Corona-Krise verbundenen Auswirkungen zurückgeführt – etwa Ausgangssperren, Restaurantschließungen und Heimarbeit.

Insgesamt bestätigt der Inlandsmarkt die wachsende Aufmerksamkeit der italienischen Verbraucher für Bio-, lokale und nachhaltige Produkte. So nahm auch die Zahl der Haushalte zu, die Bioprodukte kaufen: Nach einer Umfrage von Nomisma (2020) haben 88 Prozent der italienischen Haushalte im Jahr 2020 mindestens einmal ein Bioprodukt gekauft – 2012 waren dies erst 53 Prozent. Der Anteil der Bioprodukte im Einkaufskorb ist im letzten Jahr auf 3,6 Prozent gestiegen.

Zwei Milliarden Euro Bio-Umsatz über den LEH

Der Lebensmitteleinzelhandel ist mit knapp über zwei Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2020 (bis August) der führende Vertriebskanal für Bio in Italien. Über ihn laufen 53 Prozent des inländischen Bio-Umsatzes, das sind fünf Prozent mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres (Quelle Nielsen).

Ein enormes Wachstum zeigte der E-Commerce: Inzwischen sieben Prozent des gesamten Online-Lebensmittel-Umsatzes machen Bio-Produkte aus. Nach einem Boom, der während der Zeit des Lockdowns in Italien (17. Februar bis 3.

Mai 2020) verzeichnet wurde, setzte der Verkauf von Bioprodukten im E-Commerce seine hohe Wachstumsrate fort und entwickelte sich mit einem Wachstum von plus 182 Prozent im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2019 besser als andere Lebensmittelprodukte. Der allgemeine Online-Lebensmittelhandel legte nur um 172 Prozent zu.

Umsatz des italienischen Fachhandels

Über den Fachhandel – sowohl Ketten als auch unabhängige Einzelhändler – lief in Italien etwa ein Viertel des Bio-Umsatzes auf dem Inlandsmarkt. Mit 920 Millionen Euro im Zeitraum 2020 (bis August) verzeichnete er einen Aufschwung von acht Prozent. 22 Prozent des Bio-Inlandsmarktes entfielen auf weitere Vertriebskanäle, zu denen zum Beispiel Apotheken, Minimärkte, Einkaufsgemeinschaften und Erzeugerkollektive gehören. Sie zeigten mit 836 Millionen Euro im Jahr 2020 ein Wachstum von zehn Prozent. Innerhalb des Lebensmitteleinzelhandels standen beim Umsatz die Discounter an der Spitze. Sie verkauften elf Prozent mehr Bioprodukte als im Vorjahr. Bei den

kleineren Supermärkten waren es nur drei Prozent, bei den großen Supermärkten und Hypermärkten vier Prozent.

Die Entwicklung der einzelnen Verkäufe während der drei Phasen (vor/während/nach dem Lockdown) zeigt bei den kleinen Supermärkten eine Neukanalisierung nach dem Lockdown, während dessen sie einen Spitzenwert von plus 22 Prozent verzeichneten. In den Discountern dagegen sei das Wachstum des Bio-Umsatzes konstant geblieben.

Acht Prozent mehr Bio-Exporte für 2020 erwartet

Auch die Entwicklung der italienischen Bio-Exporte war positiv. Schon 2019 wurden für 2,425 Millionen Euro Bio-Produkte ausgeführt, ein Wachstum von sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig wuchsen die gesamten Agrarnahrungsmittelexporte nur um vier Prozent.

Für das Jahr 2020 rechnet Nomisma damit, dass die Exporte von Bioprodukten etwa 2,619 Millionen Euro erreichen. Das wäre ein weiteres Wachstum von acht Prozent gegenüber 2019.

Elke Reinecke



ITALIENISCHE Bio Wraps



„Wir fördern Bio seit 1985.“

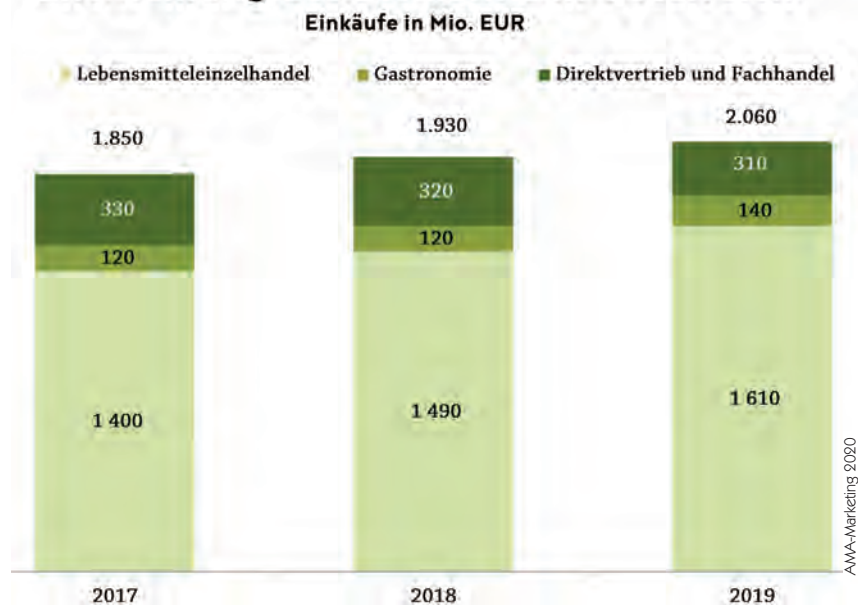
Prof. Dr. Ulrike Detmers
Gesellschafterin
Vorsitzende der Geschäftsführung
Mestemacher Management GmbH
Sprecherin der Gruppe

Bio in Österreich 2019

Bio-Gesamtmarkt und ökologischer Landbau stark angezogen

Die AMA hat für 2019 Zahlen zum gesamten Biomarkt erhoben. Darin sind alle Einkäufe im Lebensmittelhandel enthalten sowie Gastronomie, Direktvertrieb und Fachhandel. 2019 wurden in Österreich Bio-Lebensmittel im Gesamtwert von etwas mehr als zwei Milliarden Euro abgesetzt, das entspricht einem Plus von 6,7 Prozent gegenüber 2018.

Entwicklung des Biomarkts in Österreich



Quelle: ACN Nielsen LH inkl. Hofer/Lidl, GfK, GASTRO-DATA, teilweise geschätzt

Mit 78 Prozent wurden mehr als drei Viertel aller biologischen Produkte beim Lebensmitteleinzelhandel gekauft, 15 Prozent im Fachhandel oder direkt beim Bio-Bauern. Mit sieben Prozent ist die Gastronomie derzeit das kleinste Segment, wächst aber ebenfalls.

Mehr als ein Viertel der landwirtschaftlichen Fläche Bio

Neben der Nachfrage ist auch die biologisch bewirtschaftete landwirtschaftliche

Fläche im Jahr 2019 angewachsen. In Österreich wurden über 26 Prozent der landwirtschaftlichen Nutzfläche und 22 Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe biologisch bewirtschaftet.

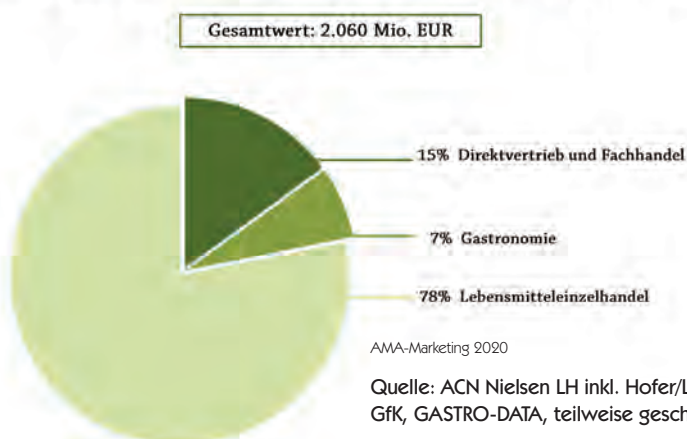
Nach den Zahlen des österreichischen Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus wirtschaften 24.225 Höfe nach den Kriterien der Bio-Landwirtschaft. Ökologisch bewirtschaftet wurden 669.921 Hektar. An der Spitze liegt klar das Bundesland Salzburg mit 58 Prozent Bio-Fläche und 49 Prozent Bio-Betrieben.

Fast 750 neue Bio-Betriebe

Im Vergleich zum Jahr 2018 sind 748 Bio-Betriebe neu hinzugekommen (Quelle Bio Austria). In der Fläche gab es einen Zuwachs von etwa 32.000 Hektar, was einer Steigerung um über fünf Prozent entspricht. Der überwiegende Anteil davon entfiel auf das Bio-Ackerland, dieses nahm um zirka 30.000 Hektar zu. Beinahe ein Drittel des Dauergrünlandes wird in Österreich biologisch bewirtschaftet, hier beträgt die Zunahme über 1.000 Hektar. Und 35 Prozent der Obstanlagen sowie 15,5 Prozent der Weinanlagen konnten 2019 ebenfalls als Bio gezählt werden.

Elke Reinecke

Einkauf von Biolebensmitteln in Österreich 2019



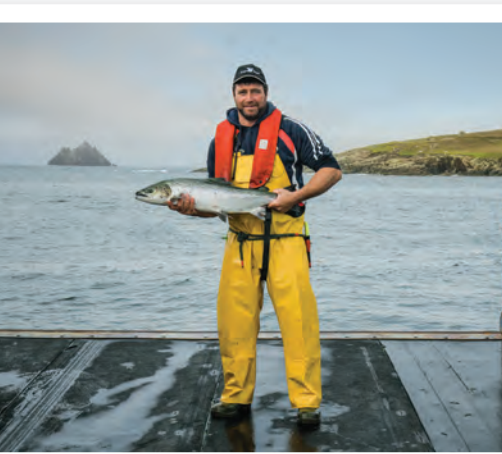
Quelle: ACN Nielsen LH inkl. Hofer/Lidl, GfK, GASTRO-DATA, teilweise geschätzt



Bio-Lachs von Irland's Atlantikküste

Von Natur aus lecker

Der wogende Atlantik prägt die Westküsten Europas, und ein Land erlebt seine rohe Energie mehr als alle anderen. Diese atlantischen Wasserströme bieten Irland einen unvergleichlichen Zugang zu einigen der reichsten Fischgründe Europas.



Irland ist weltweit führend in der Zucht von Bio-Lachs und die Atlantikküste Irlands bietet die perfekten Bedingungen für die Herstellung von Bio-Lachs höchster Qualität. Frisches Wasser und starke Strömungen fördern ein kräftiges Wachstum, und irischer Bio-Lachs schwimmt über einen Zeitraum von ungefähr 18 Monaten umgerechnet 13.000 km, während er bis zur Reife wächst. Dies führt zu einem festen Fleisch, einem niedrigen Fettgehalt

und einem raffinierten, saftigen Geschmack. Darüber hinaus ermöglicht die Nähe Irlands zu Deutschland, dass irischer Bio-Lachs frisch vom Meer verarbeitet in die Küchen und auf die Tische Deutschlands gebracht wird.

Alle irischen Lachse sind nach strengen europäischen Vorschriften biologisch zertifiziert, um eine gleichbleibend hohe Qualität zu gewährleisten. Eine wichtige Voraussetzung für die Bio-Zertifizierung ist die verantwortungsvolle Fütterung und Ernährung. Sie können darauf vertrauen, dass alle irischen Bio-Lachse mit natürlichen Zutaten gefüttert wurden, die frei von GVO sind und aus nachhaltiger Fischerei stammen. Darüber hinaus haben das Wohlergehen und die Gesundheit der Fische oberste Priorität, da alle irischen Bio-Lachse in einer reinen Meerwasserumgebung leben, in der ein Verhältnis von 99% Wasser zu 1% Lachs besteht. Schließlich können Sie sicher sein, dass alle zertifizierten irischen Lachse aus biologischer Aquakultur in einer Umgebung aufwachsen, in der die Erhaltung eines gesunden und nachhaltigen aquatischen Ökosystems oberste Priorität hat, die durch verantwortungsvolle landwirtschaftliche Praktiken erreicht wird. Neben dem EU-Bio-Label wird Irischer Bio-Lachs auch nach hoch angesehenen Qualitätsstandards wie AB Bio oder Naturland zertifiziert.



Irischer Bio-Lachs bietet viele starke gesundheitliche und ernährungsphysiologische Vorteile. Lachs ist reich an Protein und Omega-3-Fettsäuren und enthält viele wichtige Vitamine und Mineralien, die Herz und Kreislauf zugutekommen.

Von den Gewässern des Atlantiks bis zu den anspruchsvollen Tischen Deutschlands ist der Irische Bio-Lachs auf einer Reise, bei der Qualität und Geschmack im Mittelpunkt stehen, alles im Einklang mit der Natur.

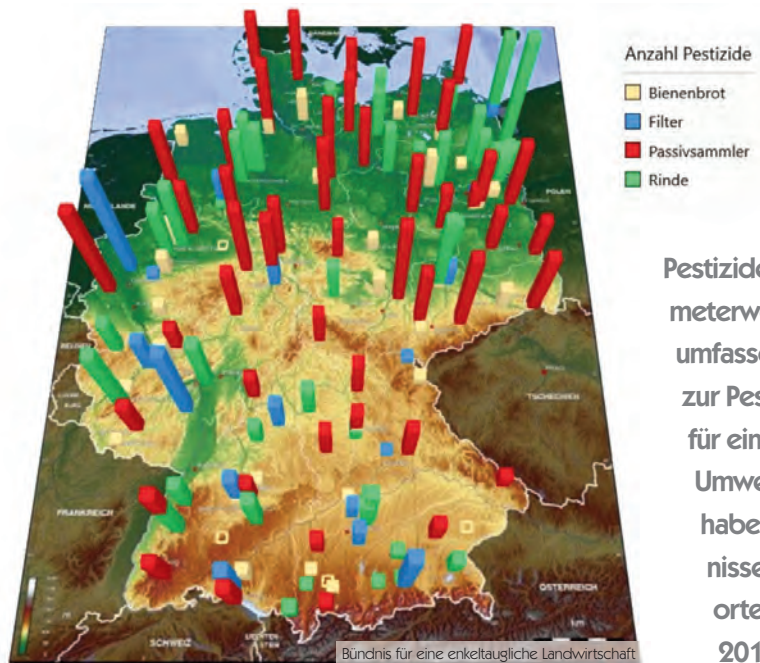
BORD BIA
IRISH FOOD BOARD

Weitere Informationen zu Fachhändlern
finden Sie unter
www.irishfoodanddrink.com/
Irischer-Bio-Lachs



Pestizide in freiem Flug

Neue Studie zeigt, wie Ackergifte sich durch die Luft verbreiten



Pestizide verbreiten sich in ganz Deutschland kilometerweit durch die Luft. Dies belegt die bislang umfassendste bundesweit durchgeführte Studie zur Pestizid-Belastung der Luft, die das Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft und das Umweltinstitut München in Auftrag gegeben haben. Ende August 2020 legten sie die Ergebnisse ihrer Messungen an insgesamt 163 Standorten in ganz Deutschland zwischen 2014 und 2019 vor.

Mit Hilfe von vier verschiedenen Messmethoden konnte bewiesen werden, dass Pestizide auch weit abseits von möglichen Ursprungs-Äckern über ganz Deutschland verteilt sind.

Für Svenja Schulze, Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, war es ein willkommenes Geburtstagsgeschenk. Sie bekam am 29. August 2020 auf der Pressekonferenz vom Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft und dem Umweltinstitut München nicht nur einen Blumenstrauß überreicht. Es wurde ihr auch jede Menge Munition im Kampf gegen den aktuellen Einsatz chemisch-synthetischer Pestizide in der Landwirtschaft geliefert.

Glyphosat in allen Regionen

So konnten Wissenschaftler des Forschungsbüros TIEM Integrierte Umweltüberwachung unter anderem das von der Weltgesundheitsorganisation als „wahrscheinlich krebserregend“ eingestufte Glyphosat in

allen Regionen Deutschlands nachweisen. Und dies weit abseits von potenziellen Ursprungs-Äckern.

Die Ministerin sagte es geradeheraus: „In dieser Studie ist ersichtlich, dass sich Pestizide durch die Luft verbreiten“ und nach ihrer Meinung ist dies besorgniserregend nicht nur für den ökologischen Landbau, sondern auch für die Natur, denn „es bedeutet, dass diese Mittel überall hin kommen“.

Giftcocktails sogar auf dem Brocken

Es geht dabei nicht nur um einzelne Gifte, sondern auch um die Giftcocktails, die an den verschiedenen Stellen nachgewiesen werden konnten. An rund drei Viertel aller untersuchten Standorte wur-

den jeweils mindestens fünf und bis zu 34 Pestizidwirkstoffe sowie deren Abbauprodukte gefunden.

Selbst auf der Spitze des Brockens im Nationalpark Harz waren zwölf Pestizide nachweisbar. Insgesamt fanden sich deutschlandweit 138 Stoffe, von denen 30 Prozent zum jeweiligen Messzeitpunkt nicht mehr oder noch nie zugelassen waren.

Umweltinstitut fordert Verbote

Karl Bär, Agrarexperte im Umweltinstitut München fordert, die Ackergifte, die sich am meisten verbreiten – Glyphosat, Pendimethalin, Prosulfocarb, Terbutylazin und Metolachlor –, müssten sofort verboten werden. Diese fünf Wirkstoffe konnten bei den Messungen am häufigsten und

weit entfernt von potenziellen Quellen nachgewiesen werden. Bär kritisiert, dass der sogenannte Ferntransport von Pestizidwirkstoffen bislang im europäischen Pestizid-Zulassungsverfahren nicht ausreichend berücksichtigt wurde. Boris Frank, Vorsitzender vom Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft, weist darauf hin, dass immer wieder biologisch bewirtschaftete Äcker durch Ackergifte kontaminiert würden. Die Biobranche müsse dann die Kosten für die aufwendigen Kontrollen ihrer Produkte und für Ware, die nicht mehr als Bio verkauft werden kann, weitgehend selbst tragen. Er fordert einen Schadensausgleichs-Fonds, der durch zehn Prozent der jährlichen deutschen Umsatzerlöse der Pestizid-Hersteller gespeist werden solle.

Industrieverband nennt Studie alarmistisch

Der Industrieverband Agrar e. V. (IVA) bezeichnete die Veröffentlichung als alarmistisch und wissenschaftlich nicht valide. Nach IVA-Hauptgeschäftsführer Frank Gemmer verweigerte die Bio-Branche den Dialog und es fehle eine klare Benennung von Fällen, bei denen Landwirte ihr Erzeugnis nicht mehr als Bio vermarkten konnten. Nicht nur die Funde seien offenbar selten, sondern die dabei nachgewiesenen Mengen auch so minimal, dass sie für Mensch und Umwelt unbedenklich sind. „Hier wird ein Thema künstlich aufgebauscht“, so Gemmer.

Dabei zeigte beispielsweise schon eine vom Anbauverband Bioland geführte Datensammlung, dass es sich bei den Kontaminationen nicht um Einzelfälle handelt. Diese wurde von Bioland für den Zeitraum 2012 bis 2016 unter Landwirten, Herstellern, Behörden und Zertifizierern unternommen und den Bundesbehörden im März 2018 zur Verfügung gestellt.

„Die Erhebung von 260 Einzelfunden zeigt, dass Pendi-methalin und Prosulfocarb nicht nur in vielen, sondern auch in einer Vielzahl unterschiedlicher Kulturen gefunden wurden. Die Palette reicht von verschiedenen Kräutern, Arzneipflanzen und Gemüse bis zu Birkenblättern und zahlreichen Wildpflanzen. Insgesamt waren mehr als 60 Kulturen und Wildpflanzen betroffen“, so damals Gerald Wehde, Leiter

Kommunikation und Agrarpolitik bei Bioland.

Auch BÖLW fordert stärkere Beachtung von Abdrift bei Pestizid-Zulassungen

Nach dem Vorsitzenden des Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW), Felix Prinz zu Löwenstein, zeige die Studie das ganze Dilemma der Bio-Betriebe: „Denn genau die Bauern, die gar keine chemisch-synthetischen Pestizide wie Glyphosat oder Pendimethalin einsetzen, haben den Schaden. Und bleiben auf den Kosten sitzen, die entstehen, wenn Pestizide auf ihre Felder wehen.“

Er verlangt, dass die Abdrift chemisch-synthetischer Pestizide viel stärker beachtet werden müsse, wenn es um die Zulassung und auch das spätere Verhalten der Stoffe unter Freilandbedingungen gehe. Denn mehr Bio gehe nur, wenn die Bio-Höfe nicht auf eigene Gefahr mit den Pestizidanwendungen ihrer Nachbarn fertig werden müssten: „Schließlich wirtschaften Öko-Betriebe nicht auf einer Insel oder unter der Glasglocke.“

BVL will eigenes Messstellennetzwerk aufbauen

Das sieht wohl auch das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit BVL inzwischen so. Denn auch in einem Gutachten des BVL aus 2020 wird festgestellt, dass „Pflanzenschutzmittel und deren Wirkstoffe, zum Beispiel durch Verflüchtigung und

Anzahl der nachgewiesenen Wirkstoffe je Standort gegliedert nach dem Abstand vom nächstmöglichen Ursprungs-Acker. Hier ist zu erkennen, dass hohe Werte nicht vom Abstand zur nächsten potenziellen Quelle abhängen. Die Höhe des Balkens gibt die Anzahl der nachgewiesenen Wirkstoffe wieder.



Standorte der Bundesrepublik: 163

Messmethoden
So untersuchen wir unsere Luft auf Ackergifte

- Bienenbrot
- Filtermatten
- Passivsammler
- Baumrinde



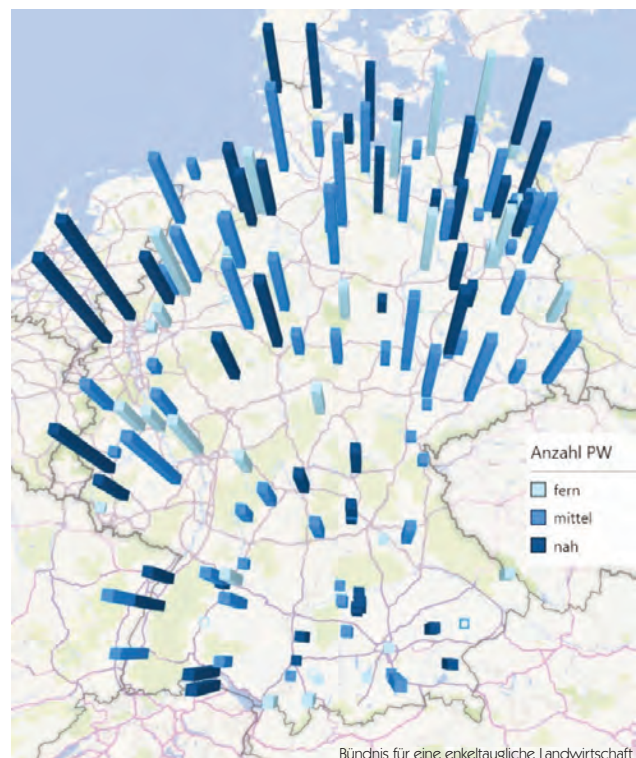
Insgesamt gefundene Pestizid-Wirkstoffe: 138

Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft

Staubverwehung, auf nicht behandelte Flächen auch in größerer Entfernung gelangen können.“ Es solle ein bundesweites Netzwerk von Messstellen aufgebaut werden, um belastbare Informationen für die Berücksichtigung der Abdrift in den Zu-

lassungsverfahren zu erlangen. Für die Finanzierung ist sich Felix Prinz zu Löwenstein mit Boris Frank einig: „Das kostet Geld, das die aufbringen müssen, die solche Stoffe verkaufen wollen.“

Elke Reinecke

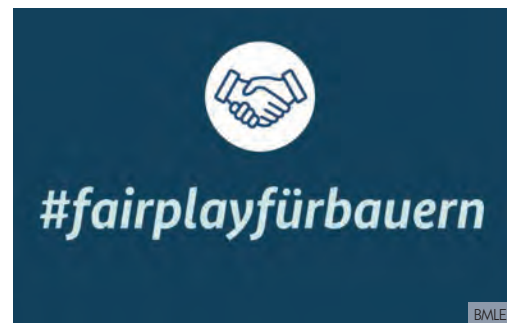


Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft

Nationales Aus für unlautere Handelspraktiken

Bundeskabinett beschließt Gesetzesentwurf zur Umsetzung der UTP-Richtlinie

2019 wurde eine europäische Richtlinie, kurz UTP-Richtlinie, erlassen, um unlautere Handelspraktiken zwischen Unternehmen zu verbieten, etwa kurzfristige Stornierungen von verderblichen Waren. Bis Mai 2021 haben die EU-Mitgliedsländer Zeit, die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen. Das Bundeskabinett hat nun am 18. November 2020 einer Gesetzesänderung des Bundeslandwirtschaftsministeriums zugestimmt. Mit dieser solle die Verhandlungsposi-



tion gerade kleinerer Erzeuger und Lieferanten gegenüber dem Einzelhandel gestärkt werden.

Verantwortlich für die Durchsetzung werde die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) sein, die ihre Entscheidungen über Verstöße im Einvernehmen mit dem Bundeskartellamt treffe. Über die Höhe der Bußgelder wird die BLE eigenverantwortlich entscheiden, unter Einbeziehung einer Stellungnahme des Bundeskartellamts.

Der aktuelle Gesetzesentwurf des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) ist keine 1:1 Umsetzung der EU-Richtlinien, wie im ersten Entwurf noch vorgesehen. Stattdessen enthält der nun verabschiedete Entwurf in zwei Punkten eine nationale Verschärfung. So unterscheidet die EU-Richtlinie zwischen schwarzen und grauen Praktiken des unfairen Handels. Schwarze Praktiken sind verboten, graue Praktiken nur dann, wenn sie nicht vorab zwischen den Geschäftspartnern ausdrücklich vereinbart wurden.

Im deutschen Entwurf wurden zwei der grauen Handelspraktiken auf die schwarze Liste übernommen und damit ohne Ausnahme verboten. Zum einen darf nicht verkaufte Ware nicht ohne Bezahlung oder ohne Übernahme der Entsorgungskosten an die Erzeuger zurückgeschickt werden. Zum anderen darf der Handel seine Lagerkosten nicht den Lieferanten aufbürden.

Bei Verstößen drohen Geldbußen in Höhe von bis zu 500.000 Euro – viel zu wenig, da sind sich etwa der Präsident des Deutschen Bauernverbandes, Joachim Rukwied, und Friedrich Ostendorff, agrarpolitischer Sprecher von Bündnis 90 / Die Grünen, einmal einig. Ostendorff erklärt zudem, es müssten auch die unfairen Handelspraktiken der Verarbeitungsindustrie verboten werden, genau wie die Privilegierung von großen Genossenschaften, die de facto wie

Konzerne agieren würden. Schließlich gebe es direkte Geschäftsbeziehungen zwischen Handel und Bauern meist nur bei Obst und Gemüse.

Schon in Reaktion auf den Referentenentwurf des BMEL vom Juli 2020 hatten in einer gemeinsamen Stellungnahme auch Bioland und Demeter die Obergrenze als ungeeignet angesehen. Die Bußgeldhöhe müsse grundsätzlich an den erzielten wirtschaftlichen Vorteil geknüpft und nach oben unbeschränkt sein.

Der Schutz durch die nun gesetzlich festgelegten Regelungen gilt nur für Lieferanten, bei denen der Jahresumsatz ihres Unternehmens nicht über 350 Millionen Euro hinausgeht. Kritik kommt hier von vielen Seiten, unter anderen von der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE).

„Die Konzentration im deutschen Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die

großen Handelsunternehmen gegenüber ihren Lieferanten regelmäßig über eine starke Nachfrageposition verfügen, die ein faires und ausgewogenes Verhandeln häufig nicht gewährleistet. Dies betrifft Lieferanten aller Größenordnungen, wodurch ein von Umsatzschwellen unabhängiges Schutzbedürfnis besteht“, meint deren stellvertretender Hauptgeschäftsführer Peter Feller. Aus Sicht der BVE sei es erforderlich, dass im parlamentarischen Verfahren die bestehende Umsatzgrenze aufgehoben und alle Nahrungsmittelhersteller vom Schutzbereich des Gesetzes erfasst werden.

Die ernährungspolitische Sprecherin der SPD-Fraktion, Ursula Schulte, forderte zudem eine unabhängige Ombudsstelle, an die sich landwirtschaftliche Produzenten bei Verstößen auch anonym wenden können. Denn wie Professor Achim Spiller, Mitglied

des Wissenschaftlichen Beirats des Bundeslandwirtschaftsministeriums, gegenüber der Tagesschau bemerkte, werde sich ein Lieferant bei nur vier großen Handelskonzernen in Deutschland gut überlegen, einen wichtigen Kunden anzuzeigen.

Beispiele für solche Schiedsstellen existieren schon: Als Lidl und Bioland 2018 ihre Kooperation eingingen, war eine Bedingung der Zusammenarbeit die Einrichtung einer solchen Ombudsstelle, bei der auch anonyme Anzeigen möglich sind. Bioland hatte sogenannte Fair-Play-Regeln für alle Bioland-Vertragspartner aufgestellt. Sobald diese nach Meinung eines Beteiligten verletzt werden, entscheidet die Schiedsstelle über den Fall, ohne Namen offen legen zu müssen. Der Anbauverband sichert damit Erzeuger, Hersteller und Zulieferunternehmen ab.

Von Seiten der großen deutschen Handelsketten Edeka, Rewe, Aldi und der Schwarz-Gruppe (Lidl, Kaufland) sowie des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels gab es in Folge einer Pressekonzferenz zur Verabschiedung des Gesetzesentwurfes herbe Kritik. Bundesministerin Klöckner zeichne ein Zerrbild der Lebensmittelhändler: „Wir sind über diesen massiven Angriff auf die Reputation unserer Unternehmen zutiefst erschrocken und fühlen uns persönlich diskreditiert.“

Von Seiten des Deutschen Bauernverbandes (DBV) folgte direkt eine Retourkutsche: „Wir möchten diesen Befindlichkeiten die Erfahrungen unserer Bauernfamilien entgegenstellen, die seit langem unter massivem wirtschaftlichen Druck stehen, der die Arbeitsfähigkeit, Existenz und Nachhaltigkeit vieler Betriebe zerstört hat und die Verbliebenen weiter gefähr-

det. Dieser Druck geht maßgeblich aus vom Preiswettbewerb in der Ernährungsindustrie, den der Lebensmittelhandel mit seinen Strukturen und seinem Einkaufsverhalten erzeugt und anheizt.“

Den deutschen Landwirten fehle daher jedes Verständnis für die Empörung großer Lebensmitteleinzelhandelskonzerne im Zusammenhang mit der Verabschiedung der UTP-Richtlinie im Kabinett.

Die Richtlinie über das Verbot unlauterer Handelspraktiken sei aus Sicht des DBV ein erster, zaghafter und unvollständiger

Ansatz, die missbräuchliche Nutzung von Nachfragemacht in der Lebensmittelkette einzudämmen. Es sei nicht nachvollziehbar, diese Regelung als ernsthafte Bedrohung für den deutschen Lebensmittelhandel hinzustellen.

Als Beispiel für das Verhalten des LEH wurden vom DBV neuerliche Senkungen bei Schweinefleischpreisen im Herbst 2020 genannt. Diese gingen drastisch über das hinaus, was auch in Zeiten von Corana und ASP angemessen und geboten gewesen wäre.

Elke Reinecke

Verboten ist nun:

- ☐ dass Käufer Bestellungen von verderblichen Lebensmitteln kurzfristig beim Lieferanten stornieren (unter 30 Tagen)
- ☐ dass Händler einseitig die Lieferbedingungen, Qualitätsstandards, Zahlungsbedingungen, Bedingungen für Leistung, Lagerung und Vermarktung ändern
- ☐ dass für verderbliche Lebensmittel später als 30 Tage und für nicht-verderbliche Lebensmittel später als 60 Tage nach Lieferung gezahlt wird
- ☐ dass Käufer geschlossene Liefervereinbarungen trotz Verlangen des Lieferanten nicht schriftlich bestätigen
- ☐ dass Käufer Geschäftsgeheimnisse von Lieferanten rechtswidrig erwerben und nutzen
- ☐ dass Käufer mit Vergeltungsmaßnahmen kommerzieller Art drohen, wenn der Lieferant von seinen vertraglichen oder gesetzlichen Rechten Gebrauch macht
- ☐ dass Käufer Entschädigungen vom Lieferanten für die Bearbeitung von Kundenbeschwerden verlangen, ohne dass ein Verschulden des Lieferanten vorliegt
- ☐ dass Käufer vom Lieferanten verlangen, Kosten zu tragen, die in keinem spezifischen Zusammenhang mit den verkauften Erzeugnissen stehen
- ☐ dass die Rückgabe nicht verkaufter Erzeugnisse an den Lieferanten ohne Zahlung des Kaufpreises erfolgt
- ☐ dass der Käufer vom Lieferanten eine Zahlung für die Lagerung der Erzeugnisse verlangt
- ☐ dass der Lieferant Kosten zu tragen hat, die dem Käufer ohne ein Verschulden des Lieferanten entstehen, nachdem die Lieferung dem Käufer übergeben wurde.

Andere Handelspraktiken der sogenannten grauen Liste sind nur erlaubt, wenn sie vorher ausdrücklich und eindeutig zwischen den Vertragsparteien vereinbart werden. Beispiele sind, wenn der Lieferant die Kosten für Preisnachlässe im Rahmen von Verkaufsaktionen übernimmt, wenn der Lieferant Listungsgebühren zahlt oder wenn ein Lieferant sich an Werbekosten des Händlers beteiligt.

STYX
NATURCOSMETIC

Die Kunst der Körperpflege



STYX
NATURCOSMETIC



hanf | hemp
handcreme
hand cream

✓ CO₂-neutrale Produktion in Österreich

✓ zertifizierte Naturkosmetik

✓ tierversuchsfrei

✓ vegan

✓ Tube aus nachwachsendem Rohstoff



Nähere Informationen
styx.at



Verpackungsprototyp der Zukunft: heimkompostierbar und aus Reststoffen aus dem GLOPACK Projekt.

Derzeitige Lösungsansätze zur Verhinderung von Kunststoffmüll

Um Kunststoffmüll zu verhindern, gibt es unterschiedliche Lösungsansätze. Optimiertes Recycling setzt an dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft an, eine Strategie, die auch die Europäische Kommission verfolgt. Ressourcen sollen möglichst lange in geschlossenen Stoffkreisläufen genutzt werden. Mit der Richtlinie EU 2018/852 gibt die EU vor, bis 2025 50 Prozent der Kunststoffe zu recyceln. Dieser Ansatz ist sehr aufwendig, bedarf hoher Investitionen und muss infrastrukturell durch die Zusammenarbeit vieler Akteure umgesetzt werden. Gleichzeitig erschwert das bisherige mechanische Recycling den Rezyklateinsatz bei Lebensmittelverpackungen. In der Praxis untersucht die Schwarz Gruppe beispielsweise in einem Pilotprojekt mit dem SABIC-Konzern Möglichkeiten des chemischen Recyclings. Darüber hinaus sind wiederverwertbare Verpackungen in Deutschland zum Beispiel bei Getränke- und Molkereiverpackungen über das Mehrwegsystem etabliert. Alnatura setzt seit kurzem auch bei Bio-Ketchup, Bio-Linsen und Bio-Reis auf Pfandglas.

Eine weitere Vermeidungsstrategie ist der Verpackungsverzicht. Der verpackungsfreie Verkauf birgt derzeit noch viele Herausforderungen und ist insbesondere nur eingeschränkt geeignet, wenn die wichtige Schutzfunktion von Verpackungen wegfällt und dadurch gerade bei Frischware mehr Lebensmittelabfälle entstehen.

Viele Unternehmen testen und nutzen zum Beispiel Papier, Holz, Glas und marktverfüg-

Das Problem mit der Verpackung

Was können wir von Alternativen zu Kunststoffen aus fossilen Rohstoffen erwarten?

Verpackungen und ihre Nachhaltigkeit geraten immer stärker in den Fokus. Insbesondere Medium- und Intensivkäufer von Bio-Lebensmitteln hinterfragen die Materialherkunft und stehen Kunststoffen kritisch gegenüber. Alternativen zu Kunststoffen aus fossilen Rohstoffen werden derzeit händierend gesucht. Immer mehr Unternehmen suchen Antworten auf die Frage, welche Verpackung die umweltfreundlichste ist und gleichzeitig ausreichend Schutz für die verpackten Produkte gewährleistet. Die Suche führt aber eher dazu, dass die Komplexität des Themas sichtbar wird, und zur Erkenntnis, dass es nicht die eine passende Lösung für alles gibt.

Gesammelter Kunststoffmüll wird bisher vor allem energetisch genutzt, sprich verbrannt. 2018 betraf dies in Deutschland bis zu 60 Prozent des gesammelten Kunststoffs. Recycelte Kunststoffe werden meist nur ‚downgecycelt‘, das Pro-

dukt verliert also an Qualität und Anwendungsbreite. Lebensmittelverpackungen dürfen nur aus Rezyklaten hergestellt werden, die lebensmittelgeeignet sind. Derzeitige Sortiermaschinen können Lebensmittelverpackungen von

anderen Verpackungen jedoch nicht unterscheiden. Dementsprechend lag die Recyclingquote 2018 in Deutschland zwar bei etwa 40 Prozent, was jedoch nichts über die Zielanwendungen der Rezyclate aussagt.

bare Biokunststoffe als Alternativen. Die ökologische Vorzüglichkeit von Papier oder Glas besteht nur bei bestimmten Anwendungen. Insbesondere Verbundmaterialien aus Papier und Kunststoffen erwecken teilweise äußerlich den Eindruck einer ökologischeren Verpackung, erschweren jedoch das Recycling oder machen es ganz unmöglich.

Beispiele für biobasierte und bioabbaubare Kunststoffe, so genannte Biokunststoffe, sind biobasiertes Polyethylen aus Zuckerrohr, stärke- oder zuckerbasiertes Polylactid (PLA) oder cellulose-basierte Folien, Beutel oder Becher. Biokunststoffe haben den prinzipiellen Vorteil, dass Materialien nicht umweltschädlich sind, wenn sie auf nachwachsenden Rohstoffen beruhen und bioabbaubar sind.

Zahlreiche Herausforderungen bei marktverfügbaren Biokunststoffen

Um die Nutzungsstrategie von Biokunststoffen tiefergehend zu bewerten, führte Ecozept mit dem Marktforschungsunternehmen Symetris eine europaweite Fachleute-Befragung für das GLOPACK Projekt durch. Die Fachleute der Verpackungsbranche betonten zahlreiche Herausforderungen bei derzeit verfügbaren Biokunststoffen.

Als größte Barriere wurden die höheren Kosten genannt. Auch waren sich die Fachleute einig, dass der Begriff Biokunststoff missverständlich ist und die Bioabbaubarkeit näher spezifiziert werden muss: heimkompostierbare Verpackungen, die sich im Kompost unterhalb von 30 Grad Celsius zersetzen, im Gegensatz zu industriell kompostierbaren Verpackungen,

die höhere Temperaturen und bestimmte Bedingungen in den Kompostieranlagen benötigen. Der Begriff Biokunststoff ist zudem nicht eindeutig, er bezieht sich auf Verpackungen, die mindestens eine der Eigenschaften besitzen: basierend aus nachwachsenden Rohstoffen oder bioabbaubar.

Das Sammeln und Trennen insbesondere neuartiger Materialien ist noch nicht organisiert, einige biobasierte und bioabbaubare Kunststoffe stören daher bestehende Abfallmanagement- und Recyclingkreisläufe. Bioabbaubare Kunststoffe können auch nur in einzelnen Ländern über die Biotonne entsorgt werden und ihrem passenden Lebensende zugeführt werden. So landen die Kunststoffe auf Deponien oder werden energetisch verwertet. Teilweise stuften die Fachleute die neuen Materialien als weniger funktional ein, was jedoch stark von den genannten Materialien abhing.

Insbesondere neuartige Materialien sind teilweise nicht kompatibel mit bestehenden Verpackungslinien, da neue Maschinen oder umfassende Anpassungen notwendig sind. Auch sei der ökologische Fußabdruck nicht zwangsläufig besser, insbesondere, wenn beispielsweise Zucker oder Mais Ausgangsmaterialien sind. Insbesondere kritisch ist diese Materialherkunft für Verpackungen von Bio-Produkten, weil bei der Diskussion 'Nahrungsmittel versus Werkstoff' auch ethische Fragen bei der Verwendung als Verpackung aufkommen können. Auch sollten biobasierte Materialien GMO-Freiheit gewährleisten, was bei den marktverfügbaren Lösungen nicht immer der Fall ist.

Biobasierte und bioabbaubare Kunststoffe können daher nur

eine Teillösung sein, jeweils abhängig von der individuellen Anwendung und bestehenden Abfallwirtschaftssystemen. Aus der Befragung ging hervor, dass eine Weiterentwicklung der Biokunststoffe notwendig ist. Neuartige biobasierte und bioabbaubare Kunststoffe sind bereits weit in der Entwicklung, zum Beispiel Verpackungen basierend auf Reststoffen und Lebensmittelabfällen.

EU-Projekt GLOPACK

Im EU-Projekt GLOPACK werden Lösungen entwickelt, die aus Maiskolben oder Resten der Saftproduktion bestehen, die gentechnikfrei sind, keine Konkurrenz zu Lebensmitteln darstellen und da sie heimkompostierbar sind, mit keinem Risiko der Mikroplastikakkumulation einhergehen. Bis diese jedoch fertig entwickelt und zu konkurrenzfähigen Preisen auf dem Markt gelangen, sind deutliche Investitionen von Nöten sowie Kooperationen sämtlicher Akteure der Wertschöpfungskette. Außerdem müssen die Betrachtung des Nutzungsendes und neue Recycling- bzw. Abfallwirtschaftsprozesse etabliert werden. Das Projekt wird durch das Forschungs- und Innovationsprogramm Horizont 2020 der EU im Rahmen der Finanzhilfvereinbarung Nr. 773375 gefördert.

Um adäquate Verpackungslösungen zu finden, müssen Unternehmen und Händler daher umfassende Verpackungsstrategien entwickeln. Die neuen Lösungen werden idealerweise in vertikaler Kooperation entwickelt. Der Prozess wird mit sehr hohen Investitionen verbunden sein, den innovativen Umbruchprozess werden die Unternehmen nicht im Alleingang stemmen können.

Dr. Denise Gider, Ecozept



ziegler's
bio

Gutes Frühstück.

Unverpackt, glutenfrei und ungesüßt.



www.ziegler-organic.de

sicher. nachhaltig. fair.
safe. sustainable. fair.

Bio Unverpackt

Selbstbedienung in nachhaltiger Reinform

**Unverpackt?
Wir haben Ihre
Bio-Rohstoffe!**

Ölsaaten

Pseudogetreide /
Getreide / Stärke

Reis

Nüsse

Trockenfrüchte

Süßungsmittel

Kakaoprodukte

Hülsenfrüchte

Öle/Fette

**Sie finden eine
große Produktvielfalt –
besuchen Sie unseren
Online-Shop:**

www.shop.naturkost-germany.com

Wir freuen uns
auf Sie!



Sie erhalten spezielle Großverbraucher-Preise, wenn Sie uns bei Ihrer Anmeldung Ihre Umsatzsteuer-Identnummer oder den Gewerbeschein hinterlegen.

Bei Fragen stehen wir Ihnen per Mail shop@naturkost-germany.com zur Verfügung.

Naturkost Übelhör GmbH & Co. KG
www.naturkost-germany.com



Bohlsener Mühle / Lars Wendlandt

Es sind unterschiedliche Designs für Unverpackt-Stationen im Angebot. Die Materialien sind Holz, Edelstahl, Glas und Plastik. Die Behälter sollen einfach zu befüllen und zu reinigen und die Entnahmesysteme per Hebel, Schieber oder Drehknopf praktisch sein. Sie eignen sich für Getreide, Pseudogetreide, Reis und Nudeln, Nüsse, Cerealien und Süßigkeiten.

Unverpackt-Stationen sind die willkommene Antwort des Handels, um zur Reduzierung des Verpackungsmülls beizutragen. Nachdem innovative Unverpackt-Läden in diesem Bereich viel Pionierarbeit hinsichtlich Lieferanten, hygienischer Abfüllsysteme und Abrechnungsmöglichkeiten geleistet haben, gibt es diesen Service nun auch vermehrt im klassischen Lebensmitteleinzelhandel. Fast immer handelt es sich um hochwertige Bio-Produkte.



Bode Naturkost Import-Export GmbH

Der Einzelhandel bietet lose Produktqualitäten als Alternative zu den fertig abgefüllten Pendants an. Nicht selten werden bestimmte Warengruppen auf diese Weise flexibel um weitere Sorten ergänzt. Ansprechen lassen sich an erster Stelle Verbraucher – oft jüngeren Alters –, die generell einen nachhaltigen und damit möglichst umweltfreundlichen Lebensstil anstreben. Bio-Qualität gehört für diese Zielgruppe dazu.

Genauso profitieren Kunden, die von einem Produkt nur kleine oder bestimmte Mengen benötigen. Mal für ein bestimmtes Rezept oder für eigene Nuss- und Müslimischungen und mal, um eine unbekannte Sorte versuchsweise auszuprobieren.

Nüsse, Getreide und Hülsenfrüchte besonders geeignet

Für den Lebensmittelhandel bieten sich dabei besonders Trockenprodukte an, die gut zu handhaben sind. Das gilt zum einen auf Handelsseite, wo unter anderem eine län-

gere Haltbarkeit bei Raumtemperatur und problemlose, saubere Befüllung der Spendersysteme gewünscht werden. Zum anderem trifft das auf die Kunden zu, die bei der selbstständigen Entnahme und dem Abwiegen kein Problem haben sollen.

Prädestiniert sind insofern Getreide, Pseudogetreide und Reis, Nüsse und Cerealien. Eine passende Ergänzung bilden Trockenfrüchte, Ölsaaten und Süßigkeiten, gegebenenfalls auch Kekse. Dementsprechend kommen als Gefäße an erster Stelle aufrechte durchsichtige Röhrenspender (Bins) mit Deckel zum Einsatz, wie sie generell typisch für Unverpackt-Läden sind.

Kunden entnehmen die Ware durch einen unteren Trichter, wobei sie die Menge über einen Hebel oder einen Drehknopf bestimmen können. Für größere Stücke wie Kekse oder Trockenfrüchte eignen sich eher Boxen, aus denen der Kunde die Produkte mit einer Schaufel in die Gefäße füllt. Für den spontanen Kauf werden in der Regel neben der zugehörigen Waage passende

Gefäße wie Kunststoffdosen, Gläser oder einfache Papiertüten angeboten. Die Tara-Gewichte für die Gefäße oder Verpackungen werden vor dem bzw. beim Abwiegen ermittelt. Die Stationen – meist mit zwei, drei Reihen Bins – finden sich häufig bei oder in der Frische-Abteilung mit Obst und Gemüse. Andere Händler wählen einen Platz in der Nähe von Backzutaten, Cerealien und ähnlichen Trockenprodukten.

Immer mehr Lieferanten mit im Boot

Anders als in den Anfangsjahren der Unverpackt-Bewegung, ergänzen zunehmend mehr Großhändler, Mühlenbetriebe und Hersteller ihre Angebotsformate durch Großgebilde für Unverpackt-Stationen. Bode Naturkost, Eco Terra, Naturkost Übelhör und Ziegler Organic gehören schon länger dazu und sehen die Marktsituation weiterhin positiv. Bei Pural und anderen ist das Angebot im Wachsen. Das Megathema Umwelt und Nachhaltigkeit ist in der Gesellschaft angekommen, >

Bio. Lebensmittel. Rohstoffe.
Organic Food. Ingredients.

ZIEGLER
ORGANIC

Kompetenz in Unverpackt



Linzen,
Bohnen,
Kichererbsen,
Erbsen

Sesam,
Leinsamen,
Flohsamen

Quinoa, Chia,
Flohsamen,
Hanf,
Amaranth

IHR
UNVERPACKT
PARTNER



Reis,
Hirse,
Buchweizen,
Teff

www.ziegler-organic.de

sicher. nachhaltig. fair.
safe. sustainable. fair.



meint etwa Christof Goetz, Managing Director von Ziegler Organic. Unverpackt-Angebote werden seiner Einschätzung nach stark im Ein-

zelhandel wachsen und der Ansatz Unverpackt damit einem wesentlich größeren Publikum zugänglich gemacht.

Wie es für den Bio-Großhandel typisch ist, arbeiten die beispieldhaften Unternehmen beim Einkauf und Import der Bio-Produkte direkt und eng mit Partnerunternehmen in den Produktionsländern zusammen, um so eine durchgehende Qualität und Lieferfähigkeit zu erreichen. Bei der Auswahl an Getreide, Ölsaaten, Hülsenfrüchten und Cerealien setzen die jeweiligen Unternehmen unterschiedliche Gewichtungen. Und sie bieten verschiedene Ergänzungen und Serviceleistungen, wie Bode Naturkost unter anderem mit einer extra Ansprechpartnerin für den Unverpackt-Bereich.

Das Sortiment von Ziegler Organic umfasst zusätzlich zu Getreide und Pseudogetreide, Cerealien und Hülsenfrüchten auch Ölsaaten von Lein, Sonnenblumen- und Kürbiskernen bis zu Hanf, Chiasaat und Blau-mohn sowie Kokoserzeugnisse. Trockenkeimlinge und die für

Anfang des Jahres angekündigten ungesüßten Porridges und Müslis machen deutlich, dass zu einem gewissen Grad aufgearbeitete Produkte ebenfalls möglich sind.

Es kommt dem Ziel eines umfassenden Umweltschutzes beim Transport entgegen, dass das Netz an Lieferanten flächendeckender wird. Dazu tragen unter anderem Naturkost Übelhör aus Leutkirch im Allgäu und Horst Bode Import-Export Natur aus Hamburg bei. Der bei Naturkost Übelhör extra implementierte Online-Shop umfasst ein Starter-Sortiment aus den Bereichen Ölsaaten und Nüsse, Süßungsmittel, Getreide und Pseudogetreide, Hülsenfrüchte sowie Öle. Bei der Erweiterung des Angebots, was derzeit in Arbeit sei, prüfe man gern Produktvorschläge von Kunden, so Produktmanagerin Nicole Buzengeiger. Das dürfte ganz im Sinne der Verbraucher sein, die



AGRANA.COM

Essentiell für Ihre Backwaren und Fleischalternativen

AGENAFIBER® Bio-Kartoffelfaser

- Clean Label
- Texturverbesserung
- Hohes Wasserbindevermögen
- Verlängerung der Haltbarkeit
- Perfekte Kombination mit AGRANA's Vitalem Weizengluten und Kartoffelstärke

Bei weiteren Fragen
kontaktieren Sie bitte
organic.starch@agrana.com



Der natürliche Mehrwert



naheliegenderweise möglichst viele Produkte an ihrem Einkaufsort kaufen wollen. Mit unterschiedlichen Gebindegrößen von einem, zwei, zweieinhalb und 20/25 Kilogramm reagiert Naturkost Übelhör auch auf die Tatsache, dass sich eine Lagerhaltung in den typischen kleinen Unverpackt-Läden oft schwierig gestaltet und eine passgenaue Liefermenge daher bevorzugt wird. Geliefert wird die Ware in der Regel via Paketdienst; eine regionale Abholung ist aber gleichfalls möglich.

Nüsse und Trockenfrüchte aus dem Spender

Bei Eco Terra umfasst das Spektrum für die Industrie und den Lebensmitteleinzelhandel schon jetzt rund 250 Bio-Produkte, die Abnehmer wiederum in verschiedenen Größen bekommen können. Eine ganze Reihe an Produkten stammt zusätzlich aus fair-zertifiziertem Handel. Hinsichtlich der Auswahl liegt bei dem südhessischen Unternehmen ein Fokus auf Edelnüssen. Eco Terra führt bei den Kernen nicht nur alle möglichen naturbelassenen Sorten, sondern veredelt die Kerne auf Anfrage auch. Zur Wahl stehen ölfrei geröstete, gesalzene, gewürzte, karamellierte und schoko-

lierte Varianten. Dazu kommen die genannten Hauptwarengruppen mit den Basisprodukten, inklusive Quinoa, und als Ergänzung Trockenfrüchte, Süßigkeiten oder Nudeln. Neu aufgenommen wurden Kaffee und Tee.

Eco Terra habe es sich zum Ziel gesetzt, das Thema Unverpackt einer größeren Zielgruppe zugänglich zu machen, sagt Laurenz Utech, Manager Online-Marketing & E-Commerce. Die Kunden sollten eine echte Wahlmöglichkeit haben, wie sie ihre Lebensmittel kaufen. Ansprechen wolle man damit nicht nur Menschen, die stark an Nachhaltigkeit und Fairness interessiert sind, sondern alle Zielgruppen von Alleinlebenden bis Großfamilien. Dem Lebensmitteleinzelhandel bietet Eco Terra dazu ein professionalisiertes

BODE NATURKOST

**Dein Partner
für Unverpackt!**

- Rohstoffe original
verpackt aus
Eigenimport
- Breites Sortiment
- Ständig Angebote
und Neuheiten
im Online-Shop

We ♥
Zero Waste!



Seit 1960 Importeur & Händler
von Bio-Rohstoffen
direkt aus dem Ursprung.

www.bode.bio



Unverpackt-Konzept mit einem eigens entwickelten Regalsystem aus intuitiv zu bedienenden Spendern. Ebenfalls bekannt für ihre Auswahl an Nüssen und Trockenfrüchten ist Morgenland/Egesun. Bei der Beschaffung kann Morgenland nicht selten auf Bio-Ware aus eigenen Bio-Anbauprojekten zurück-

ohne Gewähr auf Vollständigkeit.

Anbieter Unverpackt	Homepage
Horst Bode Import-Export GmbH	www.bode.bio
Bohlsener Mühle GmbH & Co. KG	www.bohlsener-muehle.de
Eco Terra GmbH	www.eco-terra.de
EgeSun GmbH	www.morgenland.bio , www.one-nature.bio
fairfood Freiburg GmbH	www.fairfood.bio
Naturkost Übelhör GmbH & Co. KG	www.organic-germany.com
Pural / Claus Reformwaren Service Team GmbH	www.claus-gmbh.de , www.pural.bio
Ziegler & Co. GmbH	ziegler-organic.de

greifen. Zur ebenso praktischen wie sicheren Verpackung beziehungsweise Versandmöglichkeit hat die Firma schon vor ein paar Jahren ein flexibles Boxen-System entwickelt und inzwischen mit Blick auf die Recyclingfähigkeit optimiert. Geeignet sind sie genauso für Unverpackt-Stationen mit dem gefragten Studentenfutter, Hülsenfrüchten, Saaten und Snacks. Das Volumen von sieben Litern entspricht genau der Füllmenge von handelsüblichen kleinen Bins, zwei Boxen der von den großen Formaten. So können die Produkte chargenrein und ohne Lagerreste abgefüllt werden, was eine einfache Chargenrückverfolgung ermöglicht. Genauso gut können die Boxen selbst zum Verkauf ins Regal gestellt werden (1/2 Steco-Format). Dafür hält ➤



verpackt-Läden kennen, die oft von Menschen in den Zwanzigern geführt werden. Dass die gleiche Gruppe sogar als Lieferant für unverpackte Bio-Lebensmittel aktiv sein kann, zeigt fairfood Freiburg.

2014 gegründet, bietet das Start-up ein ausgewähltes Sortiment Nüsse wie Cashews, Mandeln, Para- und Erdnüsse sowie getrocknete Mangostreifen, Ananas und Datteln an. Für den Versand nutzt fairfood luftdicht verschlossene Pfandbeimer à fünf oder zehn Kilogramm. Die ergänzend angebotenen Nussmuse sind im Mehrweg-Pfandglas abgefüllt.

Das Besondere: Alle Produkte sind Fairtrade-zertifiziert. Die Basisverarbeitung wie knacken und sortieren erfolgt bereits in den Anbauländern und keinesfalls in Billiglöhnländern. In der Freiburger Manufaktur werden die direkt aus den unterschiedlichen Ländern bezogenen Nüsse dann gegebenenfalls schonend von Hand so geröstet und gewürzt, dass der eigene Geschmack erhalten bleibt.

Informationen zu den Anbau-Kooperativen und Lieferketten bei Unverpackt-Modellen sind im Unterschied zu Fertigpackungen schlecht mög-

lich. Fairfood spricht diese Punkte sowie die Preisbildung stattdessen auf der Firmen-Internetseite an, um auf diese Weise Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu schaffen.

Vertrauen durch Regionalität

Abgesehen von Bio-Qualität zählen Transparenz und Regionalität bei den Verbrauchern in Deutschland zu den wichtigsten Kaufgründen. Die Bohlsener Mühle aus Niedersachsen kommt dem entgegen. So stammt ein wachsender Teil des umfassenden Sortiments an Getreide und -produkten der Mühle mit ihrer über 40-jährigen Bio-Erfahrung aus der Region und, oder hat deutsche Bioland-Qualität. Weniger bekannt ist vielleicht, dass der Betrieb ein Unverpackt-Sortiment aufgebaut hat.

Getreideprodukte aus der hauseigenen Mühle, Pseudogetreide, Hülsenfrüchte, Ölsaaten, Crunchys und Müslis bilden einmal mehr das Gros. Neben Keksen im Großgebäude-Karton vertreibt die Bohlsener Mühle über das Portal zusätzlich einige Produkte wie Gewürze, Kräuter oder Nussprodukte von Part-

nerunternehmen mit. Seit letztem Herbst kann sie zudem praktischerweise Erfahrungen im eigenen Markenladen in Lüneburg sammeln, da dort auch zahlreiche lose Produkte angeboten werden. Beispielsweise wie sich Kekse in unterschiedlichen losen Formaten verkaufen lassen. Sicherlich auch, wie geplante Neuprodukte – etwa der innovative Bioland Blaumohn aus Thüringen – in loser Form angenommen wird.

Getreideprodukte gehörten zu den Produkten, die man gut in Unverpackt-Stationen handhaben könne und die regelmäßig nachgefragt würden, betont Kommunikationsreferentin Saskia Lackner. Für Vertriebspartner, die mit unverpackt anfangen wollen, lohne sich das Basissortiment sowie eine Auswahl an Frühstückscerealien. Seitens der Kunden könnte man auf der einen Seite diejenigen erreichen, die sich erstmal durch unterschiedliche Bio-Sorten durchprobieren möchten, und auf der anderen Seite diejenigen mit Vorliebe für Vielfalt, die von einer Sorte nicht immer gleich eine ganze Packung kaufen wollen.

Bettina Pabel

Morgenland eine wiederverwendbare, durchsichtige Kunststoffabdeckung mit Öffnungsklappe und auf Wunsch Zangen und Schaufeln vorrätig. Die jedem Produkt beiliegenden Papieretiketten mit den Pflichtangaben und einem Feld zum Eintragen des 100 Gramm-Preises wird einfach auf die Kunststoffabdeckung geklebt (Stichwort Produkthaftung).

Zero Waste von Anfang an

Vertraut mit den Abfallsystemen sind in der Regel insbesondere jüngere Menschen, die das Prinzip aus reinen Un-

DIE UNVERPACKT LÖSUNG FÜR DEN HANDEL MEHR ALS 250 BIO-LEBENSMITTEL





Italien auf der Biofach 2021

Entdecken Sie die Vielfalt
italienischer Bioprodukte von
70 hervorragenden Erzeugern
am Gemeinschaftsstand der
Italienischen Agentur
für Außenhandel
auf der Biofach 2021 digital.

Weitere Informationen unter:
ice.it/en/markets/germany/biofach-2021

Gut genudelt

Bio-Pasta von Schnelldreher-Basics bis zur Feinkost-Pasta



Bode Naturkost

Als fester Bestandteil auf dem Speiseplan kommen Nudeln oft gleich mehrmals pro Woche auf den Tisch. Dabei wächst auch im konventionellen Handel die Nachfrage nach Vielfalt bei Bio-Nudeln. Der Grund: Sie vereinen Geschmack mit Mehrwerten für die Natur und Sicherheit vor Glyphosat und Co.

Die Auswahl an Bio-Nudeln ist äußerst vielfältig und überzeugend in der Qualität. Haltbare Standardsorten sind ebenso zu finden wie frische Feinkost-Nudeln, dazu Nudeln aus Vollkorn sowie Nichtgetreide-Alternativen. Manche Anbieter konzentrieren sich auf wenige Sorten, andere setzen auf Abwechslung und Ausgefallenes.

Trockennudeln: Ideal für den Vorrat

Von den zahlreichen Nudelformen sind auch in Bio die Standards am stärksten gefragt: Spaghetti, Spirelli und Penne. Händler, die ihren Kunden mehr Abwechslung

bieten möchten, finden in Bio unter anderem breite Tagliatelle und Lasagneplatten, Spätzle und Suppennudeln, Tier- und individuelle Fantasieformen. Zugleich gibt es neben den klassischen hellen Nudeln in Bio auch viele Bio-

Nudeln aus nährstoffreichem Vollkorn, die dem Bewusstsein für eine gesündere Ernährung entgegenkommen.

Klassische italienische Sorten werden aus kleberreichem Hartweizen hergestellt. Für den erwünschten al dente-Biss eignet sich dabei der etwas grobkörnigere Grieß besser als feines Mehl, insbesondere wenn Bio-Hersteller den Teig traditionell mit





Bronze-Matrizen formen. Weichweizen kommt eher für deutsche Nudel-Spezialitäten oder Eiernudeln zum Einsatz. Bio-Markenhersteller eint dabei der Blick über den Tellerrand. So stammt das Getreide von Partner-Landwirten, die beim Anbau die Biodiversität fördern und oft nach den Richtlinien eines Bio-Verbands wirtschaften. Als weiteres Qualitätsmerkmal kommt dazu, dass bei Bio-Nudeln statt einer Turbo-Trocknung tiefere schonende Temperaturen und entsprechend mehr Zeit angesagt sind. Vor allem Langnudeln à la Spaghetti profitieren davon, da auf diese Weise die Gefahr von Rissen in der Oberfläche sinkt und Nährstoffe geschont werden.

Transparenz ist gefragt

Auf eine langsame Trocknung vertrauen nicht zuletzt erfahrende italienische Pasta-Hersteller, wie sie für Bio-Großhändler Bode Naturkost, La Selva, Byodo, Biozentrale und Rinatura oder andere produzieren. Do-It mit ihrer Marke La Bio Idea gehört zu den Anbietern, die besonders transparent sind und konkret den Namen des Herstellers ihrer zahlreichen Bio-Nudeln nennen. Am Beispiel von La Selva lässt sich gut eine oft vergessene Auslegung des Regional-Begriffs zeigen und zwar im Sinn von original oder ursprünglich. So sollte das verwendete Getreide für typische italienische Pastaformen eben auch in dem sonnenreichen Mittelmeerland ge-



ALB-GOLD Teigwaren GmbH



Bürger GmbH & Co. KG



Byodo

Pastasalat


Giacobbe
Pasta
GmbH



D'Angelo Pasta GmbH

wachsen sein. Der Hartweizen für La Selvas ‚Pasta Toscana‘ mit Naturland-Siegel wird sogar auf dem eigenen Landgut in der Toskana angebaut. Was den Ausmahlungsgrad des Mehls betrifft, beobachtet La Selva bei Italienern eine generelle Vorliebe für helle Pasta. Deutsche Kunden seien da offener. Das Unternehmen bietet daher nicht nur helle Pastasorten an, sondern zusätzlich solche aus Weizen-/Dinkelweizen-Vollkorn oder Halbvollkorn.

Ein Hoch auf den Dinkel

Anders als früher füllen auch im Bio-Bereich jetzt mehr helle Nudeln als dunkle Vollkornvarianten das Regal. Dennoch werden Kunden problemlos fündig, zum Beispiel

bei der BioZentrale und Rina-tura. Bei Dinkel sieht die Sache anders aus – Nudeln aus dem bekömmlichen Korn waren und sind ein wesentlicher Bestandteil des Bio-Angebots. Zu Recht wird die große Auswahl geschätzt. Alb-Gold aus Baden-Württemberg, im Bio-Bereich mit einem Vollsortiment bei Nudeln führend, bietet sowohl bei den trockenen als auch bei den frischen Nudeln zahlreiche Sorten aus Dinkel an. Die Bio Dinkel Fusilli in Naturland-Qualität laufen laut Marketing-experte Matthias Klumpp derzeit sogar im gesamten Sortiment am besten. Ein umfangreiches Bio-Dinkelsortiment gibt es außerdem unter der firmenzugehörigen Marke Dinkel Max. Die Auswahl reicht von veganen Spätzle bis zu Spaghetti.

Passend zur nachhaltigen und ökologischen Ausrichtung, produziert Alb-Gold das Dinkelsortiment aus regionalem Korn der Ursorten Oberkulmer Rotkorn und Bauländer Spelz. Der Demeter Dinkel für die Pasta von Naturata kommt gleichfalls von der Schwäbischen Alb und damit ganz aus der Nähe. Indem die Verarbeitung nur wenige Kilometer vom Unternehmenssitz entfernt stattfindet, werden regionale Wertschöpfungsketten Realität. Zehn Sorten helle Dinkelnudeln und vier Vollkorn-Varianten umfasst die Linie mittlerweile.

Urgetreide-Raritäten

Byodo unterteilt die umfangreiche Teigwaren-Ränge in vier Linien von Weizenpasta bis zur sogenannten Pasta Tradizionale. Zu Letzterer zählen die seltenen Emmer-Nudeln, wobei das Unternehmen allerdings die Bezeichnung Sommerdinkel gewählt hat. Im Angebot von Alb-Gold werden die Emmer-Spirelli durch Nudeln aus Einkorn als einer weiteren wertvollen Urform des Weizens ergänzt.



Teigwarenfabrik Jeremias GmbH

Maurice Cox, Köln /
BON PASTAIO GmbH





Wie inzwischen alle eifreien Trockennudeln der eigenen Marke sind sie mit Blick auf die Kunststoffproblematik in unbeschichtetem Papier verpackt. Ein Trend, der Kreise zieht.

Kornkreis legt sogar von jeher den Schwerpunkt auf alte Getreidesorten, die aus eigenem Bioland-Anbau stammen und regional zu Nudeln verarbeitet werden. Neben Dinkelnudeln (Oberkulmer Rotkorn) in drei Sorten führt Kornkreis Vollkornnudeln aus Einkorn und Emmer. Ebenso auffällig wie deren nussbraune Farbe und der würzige Geschmack sind die ungewöhnlichen Formen als Glöckchen und reis-ähnliche Einkörnle sowie Emmerlinge in Kissenform. Betont werden die vielfältigen alternativen Einsetzmöglichkeiten, zum Beispiel als Salat, Suppeneinlage oder ausgefallenen Aufläufen.

Klassiker der deutschen Küche

Dass Nudeln und deutsche Küche bestens zusammenpassen, zeigen insbesondere Spätzle und Bandnudeln. Traditionell gewalzt, geschabt oder geformt, werden sie gern etwa zu Pilzen, Lachs, Gulasch oder Sauerkraut serviert. Bio-Hersteller führen die deutschen Klassiker mal aus Weizen oder Dinkel und mal mit oder ohne Ei. Hier kommt ein weiterer klarer Bio-Mehrwert zum Tragen: die Eier stammen garantiert aus ökologischer Tierhaltung. Bei Alb-Gold handelt es sich sogar um vor Ort frisch aufgeschlagene Bio-Eier. Die Teigwarenfabrik Jeremias bietet in ihrer Bio-Linie ebenfalls Bandnudeln und seit letztem Jahr Spätzle an. In diesem Fall handelt es sich wie bei den anderen Varianten um eifreie Hartweizennudeln.

Die zweite Vertriebschiene neben dem Einzelhandel stellen Großverbraucher dar. Tatsächlich eignen sich Nudeln gut für den Einstieg in die Bio-Gemeinschaftsverpflegung. Geschmack und unbelastete Qualität vereint mit Koch- und Standfestigkeit sowie einem akzeptablen Preis im Großgebäude gewinnen an Relevanz. Byodo, La Selva und andere mehr greifen diese Entwicklung inzwischen auf, wobei auch Unverpackt-Läden zu den Abnehmern gehören.

Frische überzeugt

Bio-Nudeln aus der Kühlzone zeichnen sich durch einen besonders aromatischen, frischen Geschmack und ihre hohe Ergiebigkeit aus. Durch die noch kürzere Zubereitungszeit als bei Trockennudeln lassen sie sich als Convenience mit Feinkostcharakter bezeichnen. Das trifft >

Passion for Plants

KräuterMix

since 1919



Besuchen Sie uns auf der

BIOFACH
eSPECIAL

17. – 19.2.21 | biofach.de

Unsere Produkte

- Trockengemüse, Trockenpilze, Küchenkräuter, Gewürze und Superfoods
- Pflanzliche Rohstoffe, phytopharmazeutische Wirkstoffe und Arzneitees
- Kräuter- und Früchtetees

Unsere Dienstleistungen

- Unterstützung bei der Produktentwicklung
- Produktveredelung (auch gemäß GMP)
- Keimreduzierung
- Vorratsschutzbehandlung





BON PASTAIO GmbH / Maurice Cox, Köln

vor allem auf gefüllte Produkte wie Bio-Maultaschen und -Tortelloni als Teilfertig-gerichte zu. D'Angelo Pasta ist es mit ihren semifrischen Teigwaren gelungen, die Schwelle zwischen haltbaren und sensiblen Frischenudeln zu besetzen. Die teils ungefüllten und teils gefüllten Nudelformen weisen ungekühlt ein MHD von einem Jahr auf. Trotzdem liegt die Kochzeit auch hier bei nur zwei bis drei Minuten; die Ergiebigkeit ist groß. Für die angebotenen Tortellini, Ravioli und deren halbrunde Pendants Capelletti hat der Hersteller aus Saarlouis unterschiedliche vegetarische oder vegane Füllungen kreiert. Die

appetitliche Auswahl reicht von Gemüse und Steinpilzen bis zu einer veganen Käsealternative aus Cashews. Bestseller seien nach wie vor die Tortellini mit Gemüse, die auch bei Kindern hervorragend ankämen, sagt Gregor Franz vom Verkauf. Mit einem einheitlichen Preisniveau will D'Angelo Pasta die Handelspartner trotzdem ermutigen, auch ungewöhnlichere Sorten aufzunehmen. Beispielsweise die derzeit geplanten Nudeln mit einer proteinreichen Linsenfüllung. Bürger und Hilcona sowie Hierl haben sich auf echte kühlpflichtige Frischteigwaren mit einer Haltbarkeit von circa 25 Tagen spezialisiert. Die beiden Erstgenannten prägen den Markt seit Jahren mit ihren konventionellen Teigwaren, greifen mit einer Auswahl mittlerweile aber auch das Bio-Interesse auf. Hilcona will zu dem bisherigen



Duo aus Tortelloni Ricotta-Spinat und Ravioli mit Käse in diesem Jahr mit neuen Bio-Sorten mehr Abwechslung bieten. Bürger ist wiederum als Experte für süddeutsche Nudeln bekannt. Die bisher angebotenen großen Bio-Maultaschen mit Fleisch-Spinat-Füllung haben im Herbst dem Zeitgeist entsprechend ein vegetarisches Pendant mit buntem Gemüse bekommen. In Bezug auf Bio-Frischnudeln zählen Alb-Gold und Nudelmacher Hierl zu den Pionieren. Alb-Gold setzt einmal mehr auf Bio-Dinkel von der schwäbischen Alb, dessen typischer kräftiger Geschmack bei frischen Produkten besonders gut zum Ausdruck kommt. Verarbeitet zu Maultaschen, Spätzle und Schupfnudeln bis hin zu Dinkel-Tagliatelle und mediterran gefüllten Ravioli, laufen die Produkte unter der Marke Alb-Natur. Auch im übrigen Sortiment, wo es alternativ Weizennudeln gibt, soll die bisherige Dinkelauswahl wachsen. Hierl Na-



ohne Gewähr auf Vollständigkeit



turkost hatte nach einem Brand Insolvenz anmelden müssen, wurde aber von der Heimatkost Genussmanufaktur als passende Ergänzung zum eigenen vegetarischen Convenience-Sortiment übernommen. Spätzle in drei Varianten sind die ersten Produkte, die unter dem Label ‚vom Nudelmacher Hierl‘ vertrieben werden: einmal aus Dinkelmehl, einmal mit Ei und einmal als knubbelige alpenländische Knöpfle.

Bio-Nudeln auch tiefgekühlt

Giacobbe und Bon Pastaio verwenden Bio-Nudeln in TK-Fertiggerichten. Erstere beliefern bereits seit über zehn Jahren die Gemeinschaftsverpflegung. Den ergänzenden

Anbieter Pasta	Homepage
Alb-Gold Teigwaren GmbH	www.alb-gold.de
Alnavit GmbH	www.alnavit.de
Bio-Zentrale Naturprodukte GmbH	www.biozentrale.de
Bode Naturkost, Horst Bode Import-Export GmbH	www.bode.bio
Bon Pastaio GmbH	www.bonpastaio.de
Bürger GmbH & Co. KG	www.buerger.de
Byodo Naturkost GmbH	www.byodo.de
D' Angelo Pasta GmbH	www.dangelo.de
Do-It Dutch Organic Intern. Trade / La Bio Idea	www.organic.nl , www.labioidea.com
Eco united GmbH	www.ecounited.com
Giacobbe Pasta GmbH	www.giacobbe.de
Govinda Natur GmbH	www.govindanatur.de
Heimatkost KG / Nudelmacher Hierl	www.heimatkost.com
Hilcona Feinkost GmbH	www.hilcona.com
Kornkreis Erzeugergemeinschaft GmbH	www.kornkreis.bio
La Selva Toskana Feinkost Vertriebs GmbH	www.laselva.bio
Naturata AG	www.naturata.de
Karl-Otto Werz Naturkornmühle GmbH & Co. KG	www.werz.bio
PepUp Life GmbH / Explore Cuisine	www.PepUpLife.com
Probiobios Deutschland GmbH	www.probiobios.it
Rila Feinkost-Importe GmbH, Rinatura	www.rila.de
Ruschin Makrobiotik GmbH	www.ruschin-makrobiotik.de
Teigwarenfabrik Jeremias GmbH	www.jeremias.com
TerraSana Natuurvoeding BV	www.terrasana.nl

Schritt in den Einzelhandel hat italienischen Klassikern gemacht: Tortellini mit und



ohne Fleisch (Rind, 4D) mit Käse-Sahne-Sauce und vier Sorten Lasagne.

Bon Pastaio ist noch nicht im Einzelhandel präsent, will aber Bio-Produkte im Bereich Gemeinschaftsverpflegung forcieren. Nach Rindfleisch-Tortelloni und vegetarischen Pasta Rustico in handgemachter Optik und Halbmondform sind Maultaschen mit Gemüse geplant.

Bei Unverträglichkeiten besser bio

Das Eiweiß Gluten in klassischem Getreide trägt entscheidend zur Textur von Nudeln bei, wird aber von Menschen mit Zöliakie schlecht vertragen. Dank Alternativen aus glutenfreiem Getreide und, oder Stärken können >



Das ist mit Abstand das Beste, was Ihnen passieren kann.

Mit D'Angelo Pasta sind Sie jederzeit mit Abstand gut versorgt. Unsere semifrischen Teigwaren ohne Ei, VEGAN und VEGETARISCH sind schnell und einfach zubereitet! Und das Beste: D'ANGELO PASTA sind mindestens 10 Monate haltbar.



DE-ÖKO-001
EU-/Nicht-EU-
Landwirtschaft

**STAY
HOME
AND
EAT
PASTA.**

D'Angelo Pasta GmbH | Werner-von-Siemens-Str. 39
D-66793 Saarwellingen | Tel.: +49 (0)68 38/98 61-0
www.dangelo-pasta.de



die Betroffenen trotzdem Nudeln genießen. Dazu zählen zum einen Alternativen auf Basis von Vollkornreis, Mais- und Reis. Alnavit hat diese kürzlich um eine Kombination mit glutenfreiem Hafer verstärkt. Die Naturkornmühle Werz kommt dem Bedarf dagegen mit veganen Buchweizen- und Hirse-Nudeln entgegen.

Buchweizennudeln, herzhafter im Biss und meist dunkel, sind im Bio-Handel nicht neu. Vielmehr gibt es sie als japanische Langnudeln schon lange, beispielsweise von TerraSana und Ruschin. Im Zuge des Bewusstseins für Glutenunverträglichkeit ist die Bio-Auswahl durch Anbieter wie Eco United, Probios und Govinda inzwischen um italienische Standardformen gewachsen. Alb-Gold bedient gleich beide Zielgruppen, zum einen Buchweizennudeln in der Glutenfrei-Linie Fit'n Free und

zum anderen bei asiatischen Mie-Noodles.

Hülsenfruchtnudeln sind von Natur aus ebenfalls frei von Gluten. Anstelle von Kohlenhydraten liefern sie zugleich mehr Eiweiß und je nach Sorte Ballaststoffe. Praktischer Nebeneffekt ist die im Unterschied zu üblichen Hülsenfrüchten sehr kurze Kochzeit. Trotz des hohen Preises haben sie sich durchgesetzt. Bio-Hersteller gelten nicht nur als Wegbereiter, sondern punkten auch mit einer besonders breiten Auswahl aus grünen oder roten Linsen, Soja- und anderen Bohnen oder Erbsen und Kichererbsen. Das Thema greifen unter anderem Byodo, Do-It und Bode Naturkost auf.

Rinatura steht mit drei ungewöhnlichen Varianten aus schwarzen Adzukibohnen, Soja-Adzukibohnen und Edamame in den Startlöchern. Die größte Vielfalt findet sich mit einem Dutzend Sorten derweil unter der Marke Explore Cuisine, die über PepUp Life in Österreich erhältlich ist.

Tipp: Nudeln lassen sich nicht ohne weiteres durch Verkostungen schmackhaft

machen. Doch lassen sich leicht aufmerksamkeitsstarke Zweitplatzierungen gestalten. Idealerweise zusammen mit passenden Pesti und Tomatensaucen, die manche Bio-Unternehmen praktischerweise neben Nudeln im Sortiment haben. Als Deko bieten sich frisches Gemüse und Nüsse an. Nicht zu vergessen:

Rezeptkarten, wie sie ebenfalls manche Anbieter vorrätig halten.

Bettina Pabel



Bio Rinatura
NATÜRLICH WERTVOLL

EINFACH BESSER BIO ESSEN – IN DREI SPANNENDEN GENUSSWELTEN!

PLANT POWER

PLANT POWER

Die bunte, leckere Vielfalt mit pflanzlichen Proteinen und wertvollen Nährstoffen. Für alle, die ganz besonders bewusst essen und aufs Wohlbefinden achten. Die ganze Kraft der Natur – natürlich in bester Bio-Qualität.

DAILY GREEN

DAILY GREEN

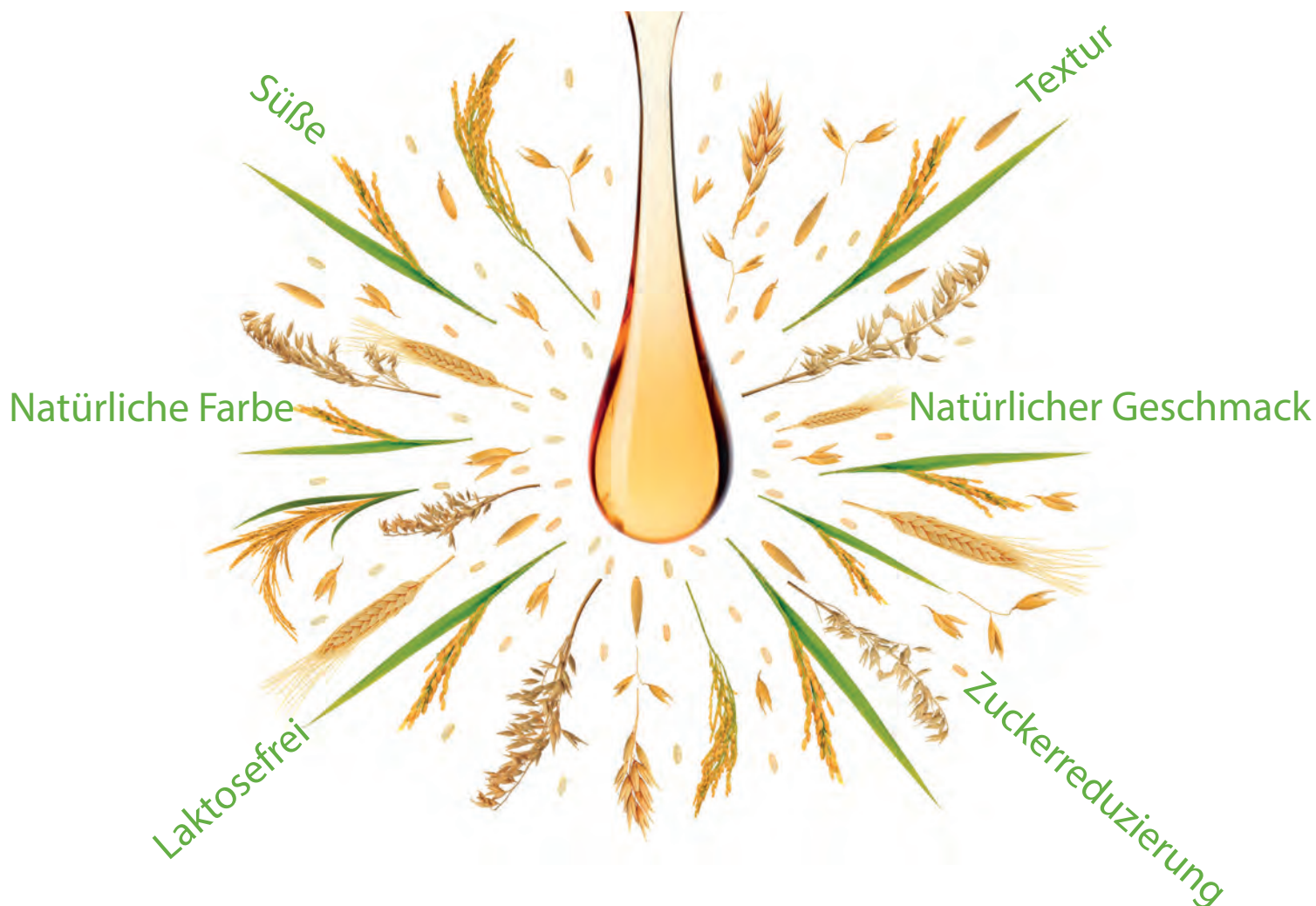
Leckere Basics für jeden Tag. Zuverlässig, alltagstauglich, mit kleinem Aufwand zubereitet. Kreativ und vielseitig einsetzbar, inspirieren zu immer neuen Ideen. In bester Bio-Qualität und spannenden Variationen. Für einfach mehr Natürlichkeit im Alltag.

FOODIE LIFESTYLE

FOODIE LIFESTYLE

Bio ist kein Trend mehr, sondern eine Lebenseinstellung. Aber: Bio kann Trend! Mit dem Foodie Lifestyle Sortiment von Bio Rinatura kommen die neuesten Genussideen aus aller Welt auf den Tisch. Für kreative Genießer. Hochwertig, inspirierend, bio.

PROBIEREN SIE UNSERE EINZIGARTIGEN GETREIDEEEXTRAKTE



DIE BESTE LÖSUNG FÜR NATÜRLICHE, VERSTÄNDLICHE & KURZE AUSZEICHNUNG

Als Pionier seit 30 Jahren auf dem Bio-Markt tätig, hat Meurens Natural ein natürliches Herstellungsverfahren entwickelt, das **natürliche, verständliche & kurze Auszeichnung** sicherstellt.

SORTIMENT :

✓ Reissirup

✓ Dinkelsirup

✓ Gemälzter Gerstensirup

✓ Manioksirup

✓ Hafersirup

✓ Maissirup

✓ Weizensirup

✓ Dattelsirup

→ LÖSUNGEN NACH WUNSCH AUF ANFRAGE



Experte für biologische und natürliche Lösungen auf Getreidebasis.
meurensnatural.com | info@meurensnatural.com | +32/87693340



Schokoladenprodukte sind und bleiben mit Abstand die beliebtesten Süßwaren der Deutschen. Wenn es etwas Besonderes – als Geschenk für andere oder Schmankerl zum Selbst-Vernaschen – sein soll, dann stehen Pralinen ganz oben. Zu Ostern oder Weihnachten kommen Hohlfiguren für Kinder und Erwachsene dazu. Bio-Produkte verkörpern bei beidem geschmackliche Qualität und Nachhaltigkeit zugleich.

Das Potenzial mit Bio-Süßwaren hat der Handel noch nicht in dem Maß ausgeschöpft, wie es möglich wäre. Doch Abwechslung und Vielfalt in dem Segment muntert einfach auf, gerade in schwierigen Zeiten. Dem kann Thomas Heller, Inhaber der Dresdener Bio-Konditorei Bucheckchen nur zustimmen: „Es ist richtig, auch an den Genuss zu denken. Nur wenn man zufrieden ist, bleibt man gesund, und dazu gehört auf jeden Fall Schokolade.“ Bio-Hersteller verwenden stets hochwertige Schokolade als Ausgangsstoff, egal ob sie sie teilmaschinell oder aufwändig von Hand weiterverarbeiten. Aromen und unsicheres Sojalecithin als Emulgator haben keine Chance, ebenso wenig wie in der Regel pflanzliche Fremdfette.

Eine weitere Bio-Besonderheit ist, dass die Schokoladenmassen für Pralinen und Hohlkörper mit Rohrohr- oder Rohrzucker gesüßt sind. Sowohl der Kakao für die Schokolade als auch der Zucker stammen zudem oft aus fairem Handel, wenngleich die Produkte aus Kostengründen nicht immer ein extra Siegel tragen.

In der Saison mit Bio-Schokoladenfiguren punkten

Nach einer Erhebung des Bundesverbands der Deutschen Süßwarenindustrie BDSI wurden 2019 in Deutschland nicht von ungefähr 151 Millionen Schokoladen Weihnachtsmännern und sogar 220 Millionen Osterhasen produziert. Bei allem Appetit wächst in der Gesell-

schaft auch das Bewusstsein für die Herkunft von Lebensmitteln.

Immer mehr möchten mit gutem Gewissen naschen und achten zusätzlich auf fair gehandelte Produkte, für die keine Kinder auf den Kakao-Plantagen in Westafrika und anderen Ländern des Südens schufteten müssen. Der süße Genuss und ein gutes Gewissen lassen sich jedoch gut vereinbaren.

Das Fairhandelshaus Gepa und die Schweizer Manufaktur Chocolat Schönenberger kommen dem mit Bio-Schokofiguren aus fairem Handel entgegen. Schoko-Hasen und ungewöhnli-



Fesey Schokoladefiguren
W.Seybold GmbH & Co. KG



Bucheckchen / Birgit-Ittershagen



che Häsinnen, Nikolaus oder Tannenbäume in Bio gehören zum Saisonsortiment der Gepa. Zur Auswahl stehen sie mit Vollmilch oder Zartbitterschokolade, überwiegend als Hohlkörper und teils, wie im klassischen Adventskalender, massiv.

Die Gepa geht konsequent vor und bezieht Rohwaren ohne Mengenausgleich, das heißt, es handelt sich bei den gesiegelten Produkten auch real um fairen Kakao. Auch zahlt die Gepa den Erzeugern Preise weit über Weltmarktniveau und dehnt ihr faires Handeln auf das in Milchschokoladenfiguren verwendete Milchpulver aus. Das Naturland Fair-Siegel ist die sichtbare Bestätigung. Die diversen Handelspartner auf Abnehmerseite unterstützt das Handelshaus dann je nach Saison mit Pressemitteilungen, Homepage-Meldungen und praktischen Bestellbögen.

Chocolat Schönenberger produziert das umfassende Angebot an bio-fairen Schokoladenartikeln im Unterschied zur Gepa in der eigenen Manufaktur. Die Lämmer, Weihnachtsmänner und

anderen Hohlfiguren entstehen hier mit viel Handarbeit und Liebe zum Detail beim Schminken. Dabei will Chocolat Schönenberger für authentische Schweizer Schokolade in bester Bio-Qualität stehen und zugleich soziale Verantwortung übernehmen. Wie bei vielen überzeugten Bio-Firmen betrifft das genauso das Umfeld vor Ort. Schönenberger engagiert sich daher unter anderem konkret für die Integration von Menschen mit Beeinträchtigung. Wie erwähnt gibt es auch Bio-Schokoladenhohlfiguren ohne zusätzliches Siegel. Als Fachhandelsmarke gehört etwa Rosengarten von der Minderleinsmühle zu den Anbietern der beliebten Saisonartikel in unterschiedlichen Ausformungen und Größen. Fesey, die das Interesse an Bio-Alternativen mit einer Auswahl an Hohlfiguren und Pralinenstangen aus Lubeca-Kuvertüre (Lübeck) aufgreifen, will mit diesen genauso Supermärkte und Drogeriemärkte erreichen. Das

Interesse an Bio steigt, heißt es bei Fesey. Dementsprechend

stellten die Handelspartner generell auch mehr Platz für Bio in den Regalen zur Verfügung.

Bio-Trüffel und andere Pralinen als geschmackvolle Geschenkidee

Eine feine Hülle mit regelmäßigem Glanz und sauberem Bruch, im Mund erst der Hauptgeschmackston, dann die Füllung und am Ende ein bleibendes Schokoladenaroma... Bio-Pralinen verkörpern traditionelles Confiserie Handwerk aus erstklassiger dunkler, heller und weißer Schokolade und ausgewählten Zutaten wie Marzipan, Nougat, Mandeln oder feinen Destillaten.

Je nach Hersteller handelt es sich um hochwertige Schokoladen und Kuvertüren aus der Schweiz, Belgien oder um die ebenfalls etablierte Lubeca-Schokolade aus Lübeck.

Neben guten Zutaten kommt es auf die sorgfältige Herstellung der Pralinen an. Und die gestaltet sich aufwändig. Oft werden mit der gerade eben flüssigen schokoladigen Mas-

se kleine Formen ausgegossen, die entstanden Hohlkörper nach dem Erkalten mit einer cremeflüssigen aromatisch veredelten Ganache gefüllt, mit einer weiteren Schokoladenschicht verdeckelt und mit Nüssen oder anderer Schokolade dekoriert.

In Bio-Qualität sind vor allem die kugelförmigen Trüffel verbreitet – gefüllt mit einer weichschmelzenden Ganache-Füllung aus Kuvertüre und (bei Bio) echter Sahne, Butter sowie natürlichen aromatischen Zusätzen. Eine besondere Spielart stellen Trüffel dar, die in Kuvertüre bestimmter Zähigkeit gewälzt wurden und dadurch eine charakteristische Igeloberfläche bekommen.

Pralinen als Chance für viele

Mit Pralinen werten sowohl Konditoreien als auch Schokoladen- und Mühlen- oder Backwarenbetriebe ihr Angebot auf. Ein Beispiel für erstere ist die Bio Konditorei Bucheckchen in Dresden. >


Fesey Schokoladenfiguren
W.Seybold GmbH & Co. KG



Qualität und Vertrauen
Würzige Zutaten erfolgreicher Partnerschaft

WIR SIND DABEI!
BIOFACH eSPECIAL
17.-19.02.2021

**Gewürze
Gewürzmischungen
Kräuter
Backsaaten**

Seyma
since 1952

Ph. Seyfried • Gewürzmühle GmbH & Co. KG
Lagerstraße 11 • 68169 Mannheim • Telefon 0621 32898990
Info@seyma.de • www.seyma.de



BEUTELSBACHER
– Fruchtsäfte seit über 80 Jahren –

BELIEBT FÜR COCKTAILS

NEU

**Bio Limetten-
saft 0,7 l**
Brasilianischer
Direktsaft mit 100 %
Fruchtgehalt

Naturtrüber Direktsaft
aus sonnengereiften erntefrischen Limetten –
in Brasilien gepresst und bei uns qualitätsschonend
abgefüllt. Der Bio Limettensaft wird aufgrund seiner
erfrischenden Geschmacksnote gerne für Cocktails,
Salate und Speisen verwendet.

Beutelsbacher
LIMETTENSAFT

Soft • Heart • Glass • UMWELTFREUNDLICHE MEHRWEITGLASCHEN

BIO

BEUTELSBACHER Fruchtsaftkellerei GmbH
Postfach 2166 • D-71370 Weinstadt

www.beutelsbacher.de



The Booja-Booja
Company Central
Europe LTD

Wechselnde Pralinenkreationen in Trüffelform, in selbst gegossenen Hohlkörpern oder als Schnittpralinen finden sich neben saisonalen Schokoladenhohlkörpern und Schokoladensticks in Lohnarbeit im Sortiment.

Einmal mehr kommt die verwendete Schokolade von der Lübecker Marzipanfabrik Lubeca. Ihre Abnehmer, vorwiegend aus der Region, legen Wert auf schmeckbare Frische, sagt Thomas Heller. Bezüglich der Sorte bevorzugten die Verbraucher vor allem Pralinen mit Zartbitter, gefolgt von Milch- und dann Weißer Schokolade. Dass die Bio Konditorei Kundennähe großschreibt, zeigt sich nicht zuletzt in den Plänen für das nächste Jahr: Schokoladen- und Pralinenseminare sowie die eigene Schokoladenherstellung in einer nahegelegenen kleinen Manufaktur.

Mit einem ganzen Dutzend Sorten Bio-Trüffel füllt die Manufaktur Booja-Booja ihr Pralinen-Portfolio. Zu Ostern ergänzen Trüffelpralinen

in dekorativen wiederverwendbaren Oster-eier-Formen das Sortiment. Schon immer sind die Produkte zusätzlich vegan, frei von Soja, Laktose, Gluten, Palmöl und raffiniertem Zucker, teilweise sogar in Rohkostqualität.

Chocolates from Heaven, eine Tochterfirma von Klingele aus Belgien, bietet ihrerseits belgische Schokolade in Bio-Fairtrade Qualität, wozu neben Tafelschokoladen auch gefüllte Schoko-Weihnachtspralinen und gefüllte Ostereier gehören. In Deutschland werden sie unter anderem von D. Wilhelm Fine Food Trade gehandelt.

Mit Geschmack überzeugen

Man wolle den Schwerpunkt nicht auf vegan legen, sondern einfach mit Geschmack überzeugen, betont Geschäftsführer Konstantin Horn.

Für die verwendete




Rosmarin
BIOBACK OHG

Mozart-
und Eierlikörzipfel

Schoko-
lade arbei-
tet Booja-Booja
auch eng mit Pacari zusam-
men und bezieht von deren
Bio-Farm in Ecuador den Ar-
riba National Kakao in Roh-
kostqualität für die Bitter- und
Himbeer-Trüffel.

Pralinen und Saisongebäck
können sich hervorragend er-
gänzen, was man im Angebot
von Rosmarin Bioback und
von der Minderleinsmühle
feststellen kann. Erstere zählen
dabei Supermärkte, den Natur-
kosthandel, Reformhäuser,
Kioske, die Gastronomie sowie
Großverbraucher zu den Kun-
den, wobei auch Private Label-
Produkte eingeschlossen sind.
Ob Marzipaneier-Mix in un-
terschiedlichen Schokoladen,
Baumstamm-Pralinenriegel,

oder runde, mit Nougat ge-
füllte Schokoladenpralines im
Geschenkbeutel, bei der Min-
derleinsmühle sind nicht we-
nige Produkte der Nachfrage
entsprechend auch vegan. So-
wohl Rosmarin Bioback als
auch Minderleinsmühle plan-
nen für den Bereich Bio-Prali-
nen in diesem Jahr weitere
Neuheiten.

Formenvielfalt innen und außen

Pralinen gibt es wie erwähnt
in Kugelform – übrigens auch
im handlichen Dreier-Pack
von Lubs – als kurze Riegel –
die Variante bei Styx aus
Österreich – oder als kleine
Quader und Quadrate – so
wie die dekorativen Schicht-
pralinen in Bio-Fairtrade-Qualität
von Lanwehr.

ohne Gewähr auf Vollständigkeit

Anbieter Form-Schokolade, Pralinen	Homepage
Booja-Booja The Company Central Europe LTD	www.boojabooja.de
Bucheckchen - Ihre Biokonditorei	www.biokonditorei.de
Chocolat Schönenberger AG	www.schoenenberger-choco.ch
EcoFinia GmbH / Vivani	www.ecofinia.de , www.vivani.de
Fesey GmbH & Co. KG	www.fesey.de
GEPA - The Fair Trade Company	www.gepa.de
Klingele Chocolate nv	www.klingelechocolate.be
Lanwehr GmbH, Confiserie – Manufaktur	www.lanwehr.eu
Lubs GmbH	www.lubs.de
Minderleinsmühle GmbH & Co. KG	www.minderleinsmuehle.de
Rosmarin Bioback	www.rosmarin-bioback.de
Schell Schokoladen	www.schell-schokoladen.de
STYX Naturcosmetic GmbH	www.styx.at

Schell Schokolade fällt gleich
doppelt aus der Reihe. Der
kleine, innovative Hand-
werksbetrieb bietet im Bio-
Schokoladensortiment soge-
nannte Drachensplitter an, die
durch die Kombination mit vi-
talen Zutaten wie Gojibeeren

und Kürbiskernen für ein ge-
sundes Naschvergnügen sor-
gen sollen. Ein zweites Ste-
ckenpferd von Schell sind
Wein und Spirituosen. Fremd-
firmen biete man an, Pralinen
aus ihren eigenen Alkoholika
zu fertigen. >

LUBECA

Der Maßstab für Geschmack. Seit 1904.

Unser Bio-Standardsortiment im Großhandel
für Konditoren und Bäckereien. Oder im Direktbezug
für die Industrie – auch mit Sonderrezepturen.

- Bio Marzipan-Rohmasse mit Roh-Rohrzucker
- Bio Honig-Marzipan-Rohmasse
- Bio Honig-Nuss-Rohmasse
- Bio Mandelnougat & Bio Nussnougat
- Bio Peru Edel-Schokoladenkuvertüre dunkel
- Bio Peru Edel-Vollmilch-Schokoladenkuvertüre
- Bio Weiße Schokolade



Während die Hohlfiguren mal in buntem Stanniolpapier und mal in Klarsicht PP-Folien in den Regalen und auf Theken liegen, setzen auch Bio-Anbieter bei Pralinen im Handel primär auf Schachteln mit Inlay. Motto: Ein edles Design macht Appetit auf den Inhalt.

Zwar wird nach nachhaltigen Verpackungsalternativen gesucht, so wie es etwa die Minderleinsmühle von sich sagt. An erster Stelle stehen jedoch Äs-

thetik und Produktschutz. Ihre Verpackungen könnten teilweise zumindest als Ablagebox oder ähnliches weiter verwendet werden, meint Booja-Booja in diesem Zusammenhang. Pralinen im Glanzfolienbeutel, kleine Pralinensets in Riegelschachteln oder Eisbecher-ähnliche Schachtelverpackungen gehören zu den weiteren Varianten. Ecofinia, der Herforder Bio-Schokoladenhersteller mit den bekannten Vivani-Tafeln hat sich dennoch für die vertraute Geschenk-schachtel entschieden und

verpackt darin die im September neu eingeführte Selektion handgefertigter Trüffel.

Mit den Sorten Espresso-creme und Haselnuss-Nougat im Zartbittermantel sowie weißen Trüffeln mit einem Kern aus Himbeercreme will Vivani verschiedene Geschmacksvorlieben erreichen. Espresso und Himbeercreme sind sogar alkoholisch veredelt. Zunächst als Saisonartikel gedacht, kann man sich durchaus vorstellen, Sortiment und Verfügbarkeit zu erweitern.



Vivani Gründer und Geschäftsführer Andreas Meyer: „Wir haben schon lange von einem eigenen Bio-Pralinensortiment geträumt. Viele Kunden haben auch bereits hartnäckig danach gefragt.“ In diesem Herbst und Winter, davon ist er überzeugt, werden sich hochwertige Pralinen als Seelenschmeichler besonders gut verkaufen.

Bettina Pabel

Fesey
Schokoladefiguren
W.Seybold GmbH & Co. KG



Bucheckchen /
Birgit-Ittershagen

Die einen nennen es

ZEITVERSCHWENDUNG, wir *Sorgfalt.*

Man braucht viel, ganz viel Geduld, um Bio-Kaffee anzubauen. Ihn von Hand zu pflücken, zu verlesen. Und ganz sanft 11 Minuten zu rösten. Aber es lohnt sich: feinste Arabicas, Espresso oder Single Origins – unversäumt lecker und Fairtrade zertifiziert.

MOUNT HAGEN.
Kaffee für Fortgeschrittene.



pukka

Frischer Start mit sonnigen Grüßen



Ein Pukka Lieblingstee kehrt als „Feel Fresh“ zurück – mit frischem Gewand und bewährter Rezeptur für den sonnigen Neustart. Fruchtig-frische Zitrone, belebend-würziges Zitronengras und sanfte Süßfenchelsamen lassen die Sonne erstrahlen.

Entdecke mehr auf pukkaherbs.de
f @pukkaherbs.dach
#spüredeinenatur #ErlebePukka



Green Deal oder Green Washing?



Vor etwa einem Jahr hat Frau von der Leyen den Europäischen grünen Deal verkündet, der die „Umgestaltung der europäischen Wirtschaft für eine nachhaltige Zukunft“ voranbringen soll. Das vorrangige Ziel? „Im Jahr 2050 keine Netto Treibhausgas-Emission mehr freisetzen und das Wirtschaftswachstum von der Ressourcennutzung abkoppeln“ – beeindruckend. Um das zu erreichen, hat die Kommission eine erstaunlich klare Problemanalyse geliefert. Und gleich vorab: Was im Europäischen Grünen Deal geschrieben ist, ist kein Green Washing. Es ist ambitioniert. Ob es aber Wirklichkeit wird, das hängt von den politischen Prozessen ab.

Fair, gesund und umweltfreundlich: Vom Hof auf den Tisch

Von den acht Themenfeldern, die im Grünen Deal angesprochen werden, berührt die Strategie ‚Vom Hof auf den Tisch‘ den Kern unserer Arbeit: die Ernährungswirtschaft. Und auch diese Strategie ist ambitioniert und besticht mit einer klaren Problemanalyse. Man beachte zum Beispiel Aussagen, wie „rund 20 Prozent aller erzeugten Lebensmittel werden weggeworfen“, oder „Schätzungen zufolge waren im Jahr 2017 in der EU über 950.000 Todesfälle (jeder fünfte) und über 16 Millionen verlorene gesunde Lebensjahre auf eine ungesunde Ernährung zurückzuführen“. Und auch schon der Titel stellt

klar, um was es bei der Strategie geht: Um ein faires, gesundes und umweltfreundliches Lebensmittelsystem. Die Kommission macht aber deutlich, dass dieser Übergang zu einem nachhaltigen Ernährungssystem „nicht ohne eine Änderung des Ernährungsverhaltens vollzogen werden kann“.

Die Kommission stellt auch klar, dass das Ernährungssystem sein Nachhaltigkeitsproblem nur teilweise aufgrund der Landwirtschaft hat und demzufolge ein integrierter Ansatz für die gesamte Lebensmittelkette notwendig ist. Das ist bedeutend, da die Lösungen für die Nachhaltigkeitsprobleme allzu oft nur auf der landwirtschaftlichen Ebene gesucht werden. Erstaunlicherweise legt die Kommission dann dennoch bei den konkreten Maßnahmen einen starken Fokus auf landwirtschaftliche Themen.

Postlandwirtschaft – der Mut fehlt

Doch nun zur Perspektive des Handels und der Verarbeitung von Lebensmitteln. Hier zeigen sich die Schwächen der Strategie „Vom Hof auf den Tisch“. Das Nicht-Mitdenken der Bereiche, die der Landwirtschaft nachgelagert sind, wird schon im Vorschlag für Öko-Anbau und -Lebensmittel deutlich: Ziel ist es, „bis zum Jahr 2030 mindestens 25 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche ökologisch zu bewirtschaften“.

War da etwa die Idee im Raum, diese Ausdehnung der Öko-Fläche unabhängig vom Markt mit den planwirtschaftlichen Instrumenten der GAP zu organisieren? Nach den Entscheidungen des EU-Parlaments und des Rates zur nächsten GAP-Periode vor wenigen Wochen können wir das zumindest mit ‚nein‘ beantworten.

Im Gegensatz zu den Vorschlägen für die Landwirtschaft wirken die Maßnahmen für Lebensmittelverarbeitung und -handel insgesamt mutlos. Und das, trotz deren zentraler Funktion im Ernährungssystem und dem direkten Einfluss auf Ernährungsmuster. Dabei brauchen wir doch genau an dieser Stelle dringend Veränderungen.

Die Frage der Ernährungskultur und des Ernährungsstils als entscheidende Faktoren für den Umbau des Ernährungssystems wird neben anderen Themen zwar deutlich angesprochen, aber mit wenigen konkreten Maßnahmen unterlegt. Die Vorschläge beschränken sich z.B. auf Kennzeichnungsregeln und greifen einige alte Themen auf, wie ‚Reduktionsstrategien für Fett, Zucker, Salz‘ oder die schon seit 15 Jahren diskutierten ‚Nährwertprofile‘.

Die heißen Eisen

Die wirklich heißen Eisen bleiben jedoch unberührt. Insbesondere das Kernthema ‚moderne nachhaltige Ernährungsstile‘ und die dazugehörigen Ernährungsumgebungen. Dabei liegen doch gerade in den Händen der Verarbeiter und Händler eine ganze Reihe von Gestaltungsmöglichkeiten zu Ernährungsumgebungen. Und damit Möglichkeiten, ein enkeltaugliches Ernährungssystem zu forcieren. Natürlich hat zeitgleich auch der Staat eine Reihe von Aufgaben, die Voraussetzungen für unsere betriebswirtschaftlichen Realitäten sind. Wir müssen uns für den Erfolg aber

Warum sind Ernährungsstil und -verhalten so zentral?

Weil sie nicht nur in Bezug auf die gesundheitlichen Themen, die gesellschaftlichen Kosten und das individuelle Leid, sondern auch für den Umbau der Landwirtschaft essentiell sind. Denn ein ökologischer Umbau der Landwirtschaft kann nur bei gleichzeitigem Umbau der Ernährungsstile erfolgreich sein.

Klar ist: Eine Umstellung der EU-Landwirtschaft auf ökologische Methoden und tiergerechte Produktion wird mit geringeren Erträgen einhergehen. Sie werden aber völlig ausreichen, um die EU-Bürger zu ernähren – wenn die Ernährungsgewohnheiten modernisiert werden. Das heißt: Mehr pflanzliche und weniger tierische Lebensmittel. Dann ist genug für alle da, die Ernährung ist gesünder und umweltfreundlicher. Andernfalls wird das Projekt ‚Transformation hin zu einem nachhaltigen Ernährungssystem in Europa‘ scheitern.

trauen, gemeinsam über sie zu sprechen:

❑ Der Preis ist zentral. Wenn die Preise die ökologische Wahrheit sagen, sind diese der wahrscheinlich effektivste Mechanismus der Umgestaltung in der Marktwirtschaft.

❑ Und wir müssen über Rezepturen reden, darüber reden, wie wir lebensmitteltechnologische Prozesse und damit auch Konsumanreize steuern.

❑ Die Strukturen der Lebensmittelwirtschaft sind entschei-

dend. Die Funktion des Mittelstandes in der Nahversorgung, die Unterstützung regionaler Lebensmittelketten und die Leistung für die ländliche Wirtschaft wird zwar allseits gelobt. Die Realität des Lebensmittelmarktes ist aber geprägt durch ein extremes Machtgefälle und oligopole Strukturen auf der Seite des Einzelhandels.

❑ Ein weiteres Thema ist die Kommunikation. „Lila Kühe“ in vielerlei Varianten werden in der Verbraucherkommunikation

von allen Akteuren der Lebensmittelwirtschaft verwendet. Wahre Bilder zu Produktionszusammenhängen oder Transparenz in den Warenketten trauen sich die wenigsten Akteure der Lebensmittelbranche zu.

❑ Und es muss um mehr Wertschätzung für Lebensmittel gehen. Auch das spricht die Strategie klar an. In keinem Land Europas wird Essen mehr verramscht als bei uns in Deutschland. Und wir wissen alle: Was nichts ‚wert‘ ist, wird nicht wertgeschätzt.

Das alles sind Baustellen, die über den Erfolg eines Umbaus der Ernährungsumgebung entscheiden, weil sie Einfluss auf das Konsumverhalten haben. Und es sind Baustellen, bei denen die Wirtschaftsakteure und Verarbeiter direkt handlungsfähig sind. Es sind Baustellen, die wir angehen sollten, damit vom ‚Green Deal‘ mehr als nur ‚Green Washing‘ übrigbleibt. Denn das wäre ein Desaster für uns und nachfolgende Generationen.

Dr. Alexander Beck

The Penny lane: Wahre Preise bei Penny.



Was müssten Lebensmittel eigentlich kosten, wenn ihre ökologischen und sozialen Auswirkungen entlang der Lieferkette mit in den Verkaufspreis einfließen würden? Um eine Antwort auf diese Frage geben zu können, hält die AÖL das Konzept der wahren Preise für zielführend und notwendig. Denn unsere Lebensmittelpreise sind bislang trügerisch niedrig. Es fehlen die versteckten Folgekosten.

Ein ganz ähnliches Konzept möchte Penny nun gemeinsam mit der Universität Augsburg umsetzen. Hierzu stellt

der Discounter anhand einer kleinen Auswahl an Produkten eine Berechnung wahrer Verkaufspreise vor und erntet medial große Aufmerksamkeit.

„An der Kasse zahlen unsere Kunden natürlich den Verkaufspreis ohne True Costs“, so Stefan Magel, CEO von Penny. Das Thema wahre Preise wird damit dem Verbraucher zwar nahegebracht und das ist sehr zu begrüßen, jedoch bleibt ein Kerngedanke im Hintergrund, so Alexander Beck, Geschäftsführer der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller: „Die wahren Preise zeigen nicht nur, was Lebensmittel eigentlich kosten müssten, sondern auch, was sie den Verbraucher bereits heute mit Blick auf morgen kosten. Wir reden hier somit nicht über fiktive, sondern über ganz reale Kosten für den Verbraucher, die nur an anderer Stelle anfallen. Preise von Bio-Produkten sind bereits näher an den wahren

Preisen, weil für deren Produktion weniger Kosten externalisiert werden. Sie sprechen schon jetzt deutlich mehr die Wahrheit.“

Bereits seit vielen Jahren berechnen Wissenschaftler gemeinsam mit Herstellern und Handel auf Grundlage der externalisierten Kosten den wahren Preis für Lebensmittel. Viele Hersteller aus dem Bio-Bereich beteiligen sich an der Datenerhebung. Unter die sogenannten versteckten Kosten fallen beispielsweise Belastungen des Gesundheitssystems durch gesundheitliche Folgen von Pestizideinsatz und ungesunde Ernährungsstile, aber auch Kosten, die durch den Verlust der Artenvielfalt oder die Belastung von Trinkwasser anfallen. Kosten, die der Verbraucher zwar nicht am Regal sieht, aber über steigende Steuern, Trinkwasserkosten oder Krankenkassenbeiträge schlussendlich doch bezahlt. Berechnungen

aus einer Pilotstudie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young gemeinsam mit Soil & More zeigen beispielsweise, dass Bio-Produkte sogar günstiger sein können als konventionell produzierte Lebensmittel, wenn die versteckten Kosten eingepreist werden. So soll ein Kilo konventioneller Äpfel 19 Cent teurer sein als ein Kilo Bio-Äpfel, wenn man die wahren Kosten zugrunde legt.

Auch für die Bio-Branche könnte die Auszeichnung der wahren Preise ein mutiger Schritt in die richtige Richtung sein. So würden die höheren Preise auch im Bio-Handel relativiert. Eine flächendeckende Auszeichnung würde Transparenz schaffen und dem Verbraucher die Wahl lassen. Für eine echte Einpreisung der wahren Kosten ist jedoch die Lenkungswirkung und Rahmensetzung der Politik gefragt.

Matthias Beuger

Biofach 2021 – Die Biobranche in Corona-Zeiten

Der Branchentreff der Bio-Szene findet diesmal in der digitalen Welt statt



2021 ist alles anders – oder auch nicht: Die Biofach verlegt ihre Präsenzveranstaltung in die digitale Welt, inklusive von Kernaspekten der gewohnten Messe und dem zur Biofach gehörigen Wissenskongress. Auch in diesem Jahr gibt es Unternehmens- und Produktpräsentationen, Wissensvermittlung, Matchmaking und Networking. Genauso werden auf dem Wissenskongress wieder Vorträge und Diskussionen von und mit bekannten Bio-Experten und Größen der Biobranche stattfinden, diesmal mit dem Schwerpunkt ‚Shaping Transformation. Stronger. Together‘.

Im letzten Jahr hatten sich rund 50.000 Fachbesucher und über 3.700 Aussteller auf dem Messe-Duo Biofach, und Viva-ness auf dem Nürnberger Messegelände getummelt. Aufgrund der wachsenden Besucher- und Ausstellerzahlen wurde das Raumangebot erst 2020 um zwei neue Hallen erweitert. Nun finden in diesem Jahr aufgrund der Corona-Pandemie beide Messen rein digital statt.

eSpecial als Alternative

Das Biofach / Viva-ness 2021 eSpecial soll vom 17. bis 19. Februar 2021 eine bestmögliche Alternative zur Präsenzmesse bieten. Die Aussteller präsentieren ihre Firmenprofile und ihre Produkte und Neuheiten auf der Online-Messeplattform der NürnbergMesse. Dazu

können die Fachbesucher direkt mit dem virtuellen Standpersonal in Kontakt treten oder Terminvereinbarungen treffen.

Zur Teilnahme per Internet reicht ein aktueller Browser – wenn möglich, Google Chrome oder Mozilla Firefox. Als Kommunikationsdienst nutzt die Plattform Jitsi, eine als sehr sicher und datenschutzfreundlich bekannte Open Source Videokonferenz Software.

Die Besucher werden bei der Nutzung der digitalen Welt nicht allein gelassen. Es gibt zum Beispiel kurze Erklär-Videos, die den Teilnehmern Tipps und Tricks rund um die Funktionen und Möglichkeiten der Plattform zeigen. Für Fragen können die Nutzer zudem jederzeit auf FAQs als Hilfestellung zurückgreifen.

Aussteller-Diskussionsräume und zielgerichtetes Matchmaking

Aussteller können ihre Gäste auch in eigene virtuelle Diskussionsräume einladen und dort mit ihnen per Chat oder Video kommunizieren: Hier ist nicht nur Platz für Vorträge und Diskussionen, sondern zum Beispiel auch für Produktvorführungen.

Damit Besucher und Aussteller beim Kontakten möglichst zielgerichtet vorgehen können, erfolgt direkt nach der Anmeldung für alle Teilnehmer ein sogenanntes Onboarding. Aussteller und Besucher legen ein individuelles Teilnehmerprofil an und definieren anhand eines Fragenkataloges ihre Matchmaking-Kriterien. Dadurch sollen zielgenaue Vorschläge für die richtigen Geschäftskontakte ermöglicht werden. Zusätzlich zu diesem Matchmaking-Tool kann auch eine freie Suche nach Kontakten unter den Teilnehmern durchgeführt werden. Die Teilnehmerprofile sind während der Dauer der virtuellen Messe für alle anderen Teilnehmer auf der Plattform sichtbar.

Den Wandel gestalten – Shaping Transformation

Der live gestreamte Kongress verbreitet auch in diesem Jahr wieder die traditionell auf der Biofach veröffentlichten Daten des Biomarktes. Die Online-Besucher werden über Entwicklungen,



Trends, Zahlen und Fakten des globalen Bio-Lebensmittelmarktes, des ökologischen Landbaus und der politischen Bio-Szene informiert.

Dazu kommen zahlreiche Diskussionen rund um das Fokusthema. Shaping Transformation, die Umwandlung gestalten, ist ein hochaktueller Kongressschwerpunkt: Die Gestaltung neuer politischer Rahmenrichtlinien wie der GAP, die neue Sensibilität der Konsumenten für Ernährung und Gesundheit, die dadurch verstärkte Bio-Nachfrage weltweit und der neue Stellenwert regionaler Ware sind nur einige Aspekte des Wandels, als dessen Taktgeber die Biobranche wirken möchte.

Nach dem Gründer des britischen Marktforschungsunternehmens Ecovia Intelligence, Amarjit Sahota, könne aufgrund der durch COVID-19 veränderten Einkaufs- und Ernährungsgewohnheiten der weltweite Umsatz mit Bio-Produkten innerhalb der nächsten fünf Jahre auf 150 Milliarden Dollar anwachsen. Es müsse diskutiert werden, wie dieses Wachstum fair zu gestalten ist.

Alle Veranstaltungen des Wissenskongresses sind in einer Online-Agenda aufgeführt, dazu auch alle Events in den Diskussionsforen der Aussteller. Die Besucher können sich hier ihr Programm individuell zusammenstellen. Die Plattform bleibt zunächst auch nach der Laufzeit der virtuellen Messe als Informationsquelle bestehen.

Produkt-Neuheiten auch diesmal im Fokus

Bei der virtuellen Messe 2021 werden Neuheiten und Trends genau wie bei den Vorgängermessen einen großen Raum einnehmen. Es gibt einen nun digital gestalteten Neuheitenstand und für die neuen Produkte sind begleitende Termine angesetzt, zu denen sie in einem Livestream präsentiert werden.

Auch eine Start-up-Area wird es wieder geben. Hier können die Start-ups@Biofach/Vivaness sich und ihre Produkte in eigenen 10-Minuten-Terminen im Ausstellerforum präsentieren.

Die in den Augen der Messebesucher interessantesten und innovativsten Produktneuheiten werden wie zu jeder Biofach mit dem Best New Product Award ausgezeichnet.

bioPress Mediapartner im Biofach eSpecial 2021

Auch auf der digitalen Biofach 2021 ist **Bio aus Österreich** vertreten und präsentiert das vielfältige Angebot von Europas Bio-land Nr. 1. Die Online-Besucher können mit Bio-Produzenten aller Warengruppen Gespräche führen und sich über die neuesten Bio-Spezialitäten informieren: Milch- und Molkereiprodukte, Fleisch und Fleischwaren, Obst, Gemüse, Eier, Getreideprodukte, Getränke, Süßes, Teigwaren, Gewürze und vieles mehr. Heute schon wird mehr als ein Viertel der Agrarfläche Österreichs biologisch bewirtschaftet und jeder fünfte Landwirt ist ein zertifizierter Bio-Landwirt. Jedes zehnte erworbene Lebensmittel stammt aus biologischer Produktion – Tendenz stark steigend.

Das Verkaufsbüro **Anabela Foods** ist spezialisiert auf den internationalen Handel mit Lebensmittelrohstoffen und vermittelt zwischen Produzenten und Importeuren. Es wird auf der digitalen Biofach nachhaltig produzierte Rohstoffe wie Schwarzkümmel-, Rizinus- und Safloröl, flüssiges Lecithin und Lecithin-Pulver, pflanzliches Glycerin und Sonnenblumenwachs präsentieren. Genauso Flohsamenschalen und pulver, naturbelassene und geschälte Sesamsamen, sowie Reis und Reismehl. Auch exotische Fruchtprodukte werden geboten, wie getrocknete Mango, Mangobutter oder Kokosnuss-Zucker.

Die **Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BESH)** stellt eine neue Rohwurst vor: Unter ‚Einfach himmlisch‘ sind beste Bio-Zutaten zu besonders wertigen Erzeugnissen zusammengefügt: die Produkte der neuen Range vereinen Demeter Fleisch von den Mitgliedsbetrieben der BESH und Demeter Naturgewürze aus alten samenfesten Sorten, ebenfalls aus BESH-Betrieben in Hohenlohe und aus Partnerschaftsprojekten in Indien und Zanzibar. Die Spezialitäten werden nach traditionellem handwerklichem Rezept hergestellt und im UNESCO-Biosphärenreservat der Hohen Rhön gereift, in der reinsten Luft von ganz Deutschland. So kommt zusammen, was zusammengehört: Beste Erzeugerkultur trifft höchste Esskultur – und gibt für ‚Einfach himmlisch‘ einen verteuft guten Geschmack. Ein neues Müsli-Sortiment präsentiert die **Bohlsener Mühle**. Die 5 Korn Aktiv Müs-

lis bestehen aus Vollkornflocken von Hafer, Dinkel, Gerste, Roggen und Einkorn, gemischt mit ballaststoffreichen Leinsamen und Sonnenblumenkernen. Es gibt die drei Geschmacksrichtungen ‚Sieben Beeren‘ (500-Gramm Packung), ‚Schoko-Kakaonibs‘ (500-Gramm Packung) und ‚Feine Früchte‘ (450-Gramm Packung bei gleicher Füllmenge) für jeweils 4,49 Euro. ‚Feine Früchte‘ und ‚Sieben Beeren‘ enthalten einzig natürliche Fruchtsüße und sind palmölfrei. Die ‚Schoko-Kakaonibs‘ werden nur durch Beigabe von Schokolade gesüßt und enthalten einen vergleichsweise niedrigen Zuckeranteil von lediglich 10,4 Gramm auf 100 Gramm.

Im Bereich Verarbeitung und Veredelung ist die Firma **Prodima-Mixers SA** angesiedelt. Um optimale Systeme für das Mischen von Produkten zu finden, bietet Prodima seinen Kunden an, Versuchsmischungen, mit ihren eigenen Produkten, an ihrem Produktionsort, unter realen Bedingungen mit einer kostenlos zur Verfügung gestellten Maschine durchzuführen: mit Pulvern, Granulaten, Körnern, Flocken oder Blättern. Auch das Aufspritzen von Flüssigkeiten (Aromastoffen, Ölen, usw.) ist möglich.

Flavex Naturprodukte ist seit fast 35 Jahren darauf spezialisiert, durch sanfte Extraktion mit überkritischem Kohlendioxid empfindliche pflanzliche Wirkstoffe zu gewinnen. Kohlendioxid-Extrakte aus Kräutern, Gewürzen und anderen Pflanzen liefern bioaktive Wirk- bzw. Duft- und Aromastoffe, die in Kosmetikprodukten und Parfüm, in Nahrungsergänzung sowie in Lebensmitteln und Aromen verwendet werden können. Die Extrakte enthalten einen besonders hohen Wirkstoffgehalt, sind keimfrei und benötigen keine Konservierung – dazu sind sie frei von Lösungsmitteln und Zusatzstoffen. Eine große Menge der über 150 Kohlendioxid-Extrakte des international tätigen Unternehmens sind in Bio-Qualität lieferbar.

Elke Reinecke



Natexpo 2020: Innovationen und Austausch

Bei der Natexpo 2020 konnten Besucher vor Ort oder digital teilnehmen



Die Natexpo konnte trotz Corona-Krise wie geplant am 21. und 22. September 2020 in Lyon stattfinden. Damit war die von ‚Spas Organisation‘ veranstaltete Messe das erste große Treffen der internationalen Biobranche seit Beginn der Covid-19-Krise. Knapp 8.000 Fachbesucher trafen auf rund 700 Aussteller.

Bereits Ende Juli bestätigte ein Ministerialerlass den Startschuss für Ausstellungen und Kongresse in Frankreich ab dem 1. September. Dafür mussten allerdings strikte Hygienemaßnahmen eingehalten werden: So herrschte eine Maskenpflicht auf dem gesamten Gelände, auf Abstandsregeln wurde geachtet und jeder Besucher bekam am Eingang ein kostenloses Desinfektionsmittel mit auf den Weg. Erstmals wurde außerdem die virtuelle Messe ‚Natexpo Digital‘ angeboten, in deren digitalen Räumen Aussteller ihre Produkte vorstellen und Besucher treffen konnten.

Wie jedes Jahr waren auf der Natexpo Aussteller aus allen Bereichen des Biomarkts vertreten: von Lebensmitteln, Zutaten, Rohstoffen und Nahrungsergän-

zungsmitteln über Kosmetika und Hygieneartikel bis hin zu Einrichtungen und Dienstleistungen. Ebenso gab es wieder zahlreiche Vorträge und Veranstaltungen.

Auf dem Natexbio-Forum fand ein Austausch über wirtschaftliche und statistische Analysen sowie Potenziale des Biomarkts statt. So wurde etwa über die Auswirkungen der Covid-Krise auf unseren Umgang mit Lebensmitteln oder über die Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung im Bio-Sektor diskutiert.

Vielfältige weitere Themen wurden auf anderen speziellen Foren behandelt: dem Nahrungsergänzungsmittel-Forum, dem Kosmetik-Innovations-Forum, dem Bio-Trends-Forum, dem Bio-Zutaten-Forum sowie dem Bio-Finanzierungs-Forum. Neu war 2020 das Innovations-Forum, auf dem runde Tische um innovatives Management, neue Technologien und nachhaltige Verpackungen zustande kamen. Ebenfalls erstmalig wurde das ‚Agora‘ etabliert, das Experten eine Plattform bot, um die neuesten Entwicklungen rund um den Bio-Markt zu diskutieren. Beim Start-up-Lab erhielten Start-ups die Gelegenheit, ihre innovativen Ideen vorzustellen, etwa zur Abfallbeseitigung oder nachhaltigen Kreislaufwirtschaft. Ein Highlight waren darüber hinaus wieder die Natexpo-Trophäen, die jeweils an die besten Bio-Innovationen des vorherigen Jahres vergeben werden.

Der Termin für die Natexpo 2021 steht bereits fest: sie wird vom 24. bis zum 26. Oktober in Paris Nord Villepinte stattfinden. Mit über 1.350 Ausstellern und 20.000 Besuchern wird gerechnet.

Lena Renner

B2B Lieferantenverzeichnis

Backwaren

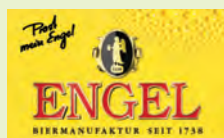


Herzberger Bäckerei GmbH
Hermann-Muth Straße
36039 Fulda
Tel: 0661 104700
www.herzberger.com



Mestemacher - The lifestyle bakery
Am Anger 16
33332 Gütersloh
www.mestemacher.de
Roggenvollkornbrote und Westfälischer Pumpernickel von Mestemacher sind ballaststoffreich, aus dem vollen Korn gebacken und ein wertvoller Energieträger ohne Konservierungsstoffe. Mestemacher engagiert sich seit 2001 mit sozialen Engagements für die Gleichstellung von Frau und Mann und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Bier



BIERMANUFAKTUR ENGEL GmbH & Co. KG
Haller Straße 29
74564 Crailsheim
Tel: 07951/9193-0
Fax: 07951/9193-30
www.engelbier.de

Brotspécialitäten



LEIMER KG
83278 Traunstein
Tel: 0861 7091-0
mailbox@leimer.de
Semmelbrösel und -würfel, Croutons uvm. auch in Naturland- und Bioland-Qualität.

Eis-Mix-Maschine



EIS-Zauberei W. Brasch e.K.
Kurt-Tucholsky-Str. 36
16831 Rheinsberg
Tel: 033931-7240
info@eiszauberei.de
www.eiszauberei.de

Fruchtverarbeitung



Lienig Wildfruchtverarbeitung GmbH
Märkische Str. 66
15806 Zossen
Tel: 03377 328-0
Fax: 03377 328-115
www.Lienig.com

Gesundheit



livQ AG
82061 Neuried
Tel: 089 235 14 91 0
www.livQ.de
Fermentierte Produkte: Bio-Essenz und flüssige Bierhefe, laktosefrei, vegan, Immunsystem, B-Vitamine, Darmpflege, eigene Herstellung.

Gewürze



Ph. Seyfried Gewürzmühle GmbH & Co. KG
Lagerstrasse 11
68169 Mannheim
Tel: 0621/32898 99-0
Fax: 0621/317753
E-Mail: info@seyma.de
www.seyma.de

Hochwertige Gewürzkomponenten und komplette Würzsysteme – von der Rohwarenbeschaffung bis hin zur Entwicklung moderner und individueller Produktkonzepte.



Kreuzweg 6
92557 Weiding
Tel: +49 (0)9674 1376
Fax: +49 (0)9674 8675
info@wuradies.de
www.wuradies.de

Kräuter und Gewürze auch viele Mischungen auf Wunsch nach Ihrer Rezeptur.

Hanf



Hempro International GmbH & Co. KG
Münsterstr. 336
40470 Düsseldorf
Tel.: 0211 699905610
www.hempro.com
Lebensmittel-Rohstoffe und Endverbraucherprodukte aus Hanf.

Kaffee



Café Chavaló eG
Theresienstr. 10
04129 Leipzig
jens@cafe-chavaló.de
www.cafe-chavaló.de
Klimaneutral und fair: Bio-Spitzenkaffee aus Nicaragua. CO2-Ausgleich durch Aufforstung bei Kaffee-Bauern in Nicaragua.

Mühlen



Gebrüder JEHLICH GmbH
01683 Nossen
Tel: 07951/9193-0
Fax: 07951/9193-30
www.jehmlich.info
Mühlen und Feinmahlsysteme für Superfoods, Ölpresskuchen, Zuckerarten, Salze, Gewürze. Anlagen in GMP-Ausführung.

Nüsse/Trockenfrüchte



Herbert Kluth GmbH & Co. KG
24558 Henstedt-Ulzburg
info@kluth.com
www.kluth.com
Tel: 04193 966 20
Das BIOFARM-Sortiment umfasst neben Nusskernen, Trockenfrüchten u. Saaten auch sechs Snack-Produkte wie den „Cashew Cranberry Mix 150g“ sowie veredelte Knabberereien wie den „Salz Nuss Mix 150 g“. Mit diesem Angebot empfiehlt sich BIOFARM dem Handel auch als Bio-Ergänzung im Snack-Regal. BIOFARM ist die Bio-Marke von KLUTH, dem norddeutschen Spezialisten für hochwertige Naturkost.

pflanzliche Rohstoffe



Kräuter Mix GmbH
Wiesentheider Str. 4
97355 Abtswind
Tel: 09383 2040
info@kraeuter-mix.de
www.kraeuter-mix.de

Luftgetrocknete Kräuter, Gemüse und Gewürze für Lebensmittel, Arzneien, Tee, Extrakte, Spirituosen und Tiernahrung.

Snacks



Natural Food Trade GmbH
www.naturalfood.at
Ihr Privatlabel-Produktionspartner für extrudierte Knabbersnacks/ Cerealien und Knäckebröte, Granolas, Fruchteriegel, Cheese-Cracker etc.

Suppen/Eintöpfe



Suppen/ Eintöpfe gekühlt/ ungekühlt in Glas/ PET ab 100 Liter Private Label
georg.voss@owl-food.de
Tel: 0178-2132001

Tee



KOS-tea, Teeimport O.Seifert
Heinrich-Roller-Str. 6
10405 Berlin
contact@kos-tea.com
Tel: 030 2827375
Teeimport aus Japan und Taiwan Gebinde und Regalverpackungen



Love has ~~no~~ clean labels

In line with our organic philosophy our ingredients are produced through an additive-free natural production process; promising a simple and cleaner label while enabling numerous functionalities for all food and drink formulations!

**Natural
Production
Process**



Benefits of Raw Material
(taste, mineral content, natural color)

**Processed
through Flours**



Shorter Ingredient List
single ingredient fulfills several functionalities.

**Free from any
Chemical
Processing**



Clean, Clear & Simple Labelling
"rice extract", "rice syrup" instead of glucose syrup or maltodextrin.

Organic Range

- Rice Syrup
- Tapioca Syrup
- Low Sugar Syrups
- Infant-Safe Range
- Rice Proteins
- Tapioca Starch
- Maltodextrin
- Rice Flours

Visit us at the digital **BIOFACH eSPECIAL 2021**

Fokus 01

2021

€€

bioPress

Fachmagazin für Naturprodukte

Thema

GV/Großverbraucher Teil 1

Mehr
**Nachhaltigkeit
und Gesundheit**
in der Mittagspause

**Leuchtturm
Dänemark**

**AHV
Frankreich**

**Engagement
der Länder
im Überblick**

W
K
O
L



NATÜRLICH GUT: UNSER BIO-SORTIMENT



DE-ÖKO-001
DE-ÖKO-003
DE-ÖKO-005

Liebe Leserinnen, liebe Leser.

Was sich zur Jahrtausendwende noch angehört hat wie eine ferne Vision, wird langsam Wirklichkeit: Bio fasst Fuß in der Außer-Haus-Verpflegung. Im Jahr 2000 veröffentlichte bioPress das erste Special zur Gemeinschaftsverpflegung. Mit dem Projekt ‚Mahlzeit‘ von Brot für die Welt wurden damals Tausende von Großküchen dazu motiviert, ökofaire Gerichte auf den Tisch zu bringen. Und Politik mit dem Kochtopf wurde angesagt. Heute gibt es in vielen Städten Bio-Restaurants. Steht Bio in der Gemeinschaftsverpflegung auch immer noch am Anfang, so können kleine Veränderungen bei Millionen von ausgegebenen Essen viel bewirken.

Lieferanten der Großverpfleger werden in die Pflicht genommen. Sie müssen ihr Bioangebot vergrößern, wollen sie zukünftig die Bedingungen der Ausschreibungen einhalten und Bio liefern.

Auch in puncto Gesundheit und Nachhaltigkeit kann die Gemeinschaftsverpflegung einiges bewegen – was inzwischen auch in der Ausbildung zum Food Management thematisiert wird. Übergewicht und Treibhausgase können durch eine Änderung der gängigen Essgewohnheiten eingedämmt werden.

Gerade bei Kindern sind die Möglichkeiten, das Ernährungsverhalten durch die Gemeinschaftsverpflegung positiv zu beeinflussen, enorm. In Stuttgart hat sich der Gemeinderat seiner Verantwortung gestellt und für das Jugendamt genügend Mittel frei gegeben, um die städtischen Kitas bis 2022 auf einen Bio-Anteil von 50 Prozent hieven zu können.

Aber auch in anderen Städten und Bundesländern tut sich was. Die Landesministerien für Ernährung und Landwirtschaft haben Ernährungsstrategien, Aktionspläne und Leitfäden ausgearbeitet, Pilotprojekte gestartet und Online-Tools eingesetzt, um das Thema Bio in der Außer-Haus-Verpflegung voranzubringen.

Eine Vorbildfunktion nimmt unser Nachbarland Dänemark ein, wo schon vor zehn Jahren in staatlichen Einrichtungen Biogerichte serviert wurden. Mit einem nationalen Bio-Siegel und einer eigenen Kennzeichnung für die Gastronomie hat es Deutschland einiges voraus. Auch Frankreich verfolgt ehrgeizige Pläne: so soll der Bio-Anteil in der staatlichen Gemeinschaftsverpflegung bis 2022 auf 20 Prozent gesteigert werden.

In Deutschland dauert alles wegen der föderalen Strukturen ein wenig länger. Für nachhaltig gesunde Gemeinschaftsverpflegung haben sich zwischenzeitlich aber (fast) alle Länder verpflichtet. Mögen diese politischen Vorgaben im Alltag stärker sein als die Bedenken mancher Betriebsräte, die ihren Kolleginnen und Kollegen 20 Cent mehr für gesundes Essen nicht zumuten wollen und daher die Entwicklung blockieren.

Lena Renner
Redakteurin

Nachhaltigkeit ◀◀◀**4 Mehr Nachhaltigkeit und Gesundheit in der Mittagspause**

Die Betriebsverpflegung gestaltet die Ernährungsweise von Millionen Menschen mit. Werden mehr pflanzliche Lebensmittel angeboten, ist das nicht nur gut für die Gesundheit, sondern auch für die Umwelt, da der CO2-Fußabdruck sinkt. Eine Einschätzung der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Heilbronn.

26 sauber sauber machen**Hersteller ◀◀◀****8 Problemlöser in der Frische**

Immer größer wird die Nachfrage nach Bio-Produkten in der Außer-Haus-Verpflegung. Die Bio Manufaktur liefert conveniente Salate und Gemüse für jeden Bedarf.

Catering ◀◀◀**11 Qualität vor Preis**

Das Kommissionier- und Servicezentrum für Essen im Stuttgarter Jugendamt versorgt täglich 7.500 Kinder im Cook & Chill-Verfahren. Sein Ziel: 50 Prozent Bio bis 2022.

Handel ◀◀◀**14 Frische rund um die Uhr**

Der Großhändler Staiger bietet ein Sortiment von über 5.000 Produkten – mit einem Schwerpunkt auf Obst, Salat und Gemüse. Jetzt möchte er der erhöhten Nachfrage nach Bio nachkommen.

Ernährungspolitik ◀◀◀**16 Engagement der Länder im Überblick**

Ernährungsstrategien, Öko-Aktionspläne und Pilotprojekte – viele Bundesländer haben in den letzten Jahren Maßnahmen ergriffen, um Bio in der Außer-Haus-Verpflegung voranzubringen.

Ausland ◀◀◀**21 Leuchtturm Dänemark**

Dänemark ist weltweit führend bei Erzeugung und Einsatz von Bio-Produkten. Dazu führte nicht zuletzt ein eigenes nationales Bio-Siegel.

22 AHV in Frankreich

Bio-Erzeugergemeinschaften, Investitionen und ein neues Gesetz – Frankreich verfolgt ehrgeizige Pläne für mehr Bio in der Gemeinschaftsverpflegung.

97 Produktvorstellung ◀◀◀

Mehr Nachhaltigkeit und Gesundheit in der Mittagspause

Bedeutung und Chancen der betrieblichen Gemeinschaftsverpflegung



DHBW Heilbronn

Mehr Nachhaltigkeit und Gesundheit

Currywurst mit Pommes, ein paniertes Schnitzel mit Bratkartoffeln oder Kartoffelsalat und Spaghetti Bolognese. Das sind die beliebtesten Kantine-Essen der Deutschen. Wenn sich also um die Mittagszeit in Deutschland durchschnittlich knapp zehn Millionen Hungrige auf

den Weg in die Kantine, das Betriebsrestaurant oder die Mensa machen, dann sind es diese Gerichte, die mit am häufigsten ausgegeben und verzehrt werden. Damit gestaltet die Betriebsverpflegung die Ernährungsweise von Millionen Menschen mit.

Legt man nun – zum Beispiel über die Currywurst mit Pommes – den Ernährungskreis der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE), der wie eine geistige Schablone funktioniert, so wird schnell deutlich, dass beides nicht zusammenpasst (siehe Abbildung 1). Zu viel Fett, hier vor allem gesättigte Fette, zu viel tierische Eiweiße, Salz und Zucker. Gleichzeitig zu wenig Ballaststoffe, Obst und Gemüse. Das wirkt sich negativ

Hier geht es zum Ernährungskreis der DGE



Abb. 1

auf die Gesundheit der Kantinebesucher aus. So sind in Deutschland bereits mehr als die Hälfte der Erwachsenen übergewichtig. Und diese Entwicklung setzt sich weiter fort, wie die regelmäßigen Ernährungsberichte im Auftrag des Bundesministeriums für

Ernährung und Landwirtschaft zeigen. Folgen von Übergewicht können Herz-Kreislauferkrankungen, Diabetes Typ 2 und verschiedene Krebsarten sein. Doch nicht nur Ärzte und Ernährungs-Fachkräfte dürften von diesen Vorlieben wenig begeistert sein. Auch Umwelt und Klima machen die Vorlieben der deutschen Kantinenbesucher zu schaffen. Bis zu 30 Prozent der weltweit erzeugten Treibhausgase werden durch das Ernährungssystem verursacht. Ein Großteil davon entsteht bereits bei der Herstellung der Lebensmittel. Auch Flächen- und Wasserverbrauch spielen hier eine Rolle, je nach Lebensmittel oder Kategorie ergeben sich deutliche Verbrauchsunterschiede. So werden für die Produktion eines Kilogramms Kartoffeln lediglich 210 Liter Wasser benötigt, während es für die Herstellung von einem Kilo-

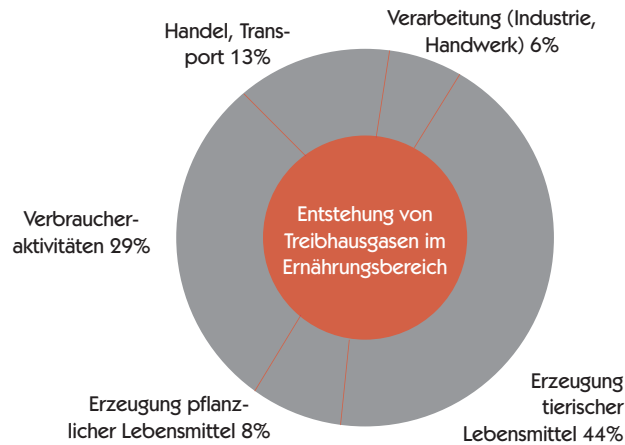


Abb. 2: Verteilung der Treibhausgasemissionen im Bereich Ernährung, in Prozent des Gesamtausstoßes im Ernährungsbereich

ogramm Rindfleisch rund 15.000 Liter Wasser sind. Für Weideland und Futtermittelanbau werden weiterhin zirka 80 Prozent der weltweiten landwirtschaftlichen Flächen genutzt und es kommen durch Rodungen von Regenwäldern beständig weitere hinzu (siehe Abbildung 2).

Gesunder Genuss mit mehr pflanzlichen Lebensmitteln

Die Frage ist also, wie sich Genuss und Gesundheit – sowohl für den Menschen als auch die Umwelt – vereinbaren lassen. Es gibt bereits einige Konzepte, die sich dieser

Fragestellung angenommen haben. So zum Beispiel das Konzept der nachhaltigen Ernährung, welches auf eine Gruppe von Gießener Ernährungswissenschaftlern zurückgeht. Dieses Konzept bezieht neben gesundheitlichen auch ökologische, ökonomische und soziale Aspekte der Ernährung mit ein. Für den Alltagsgebrauch werden sieben eingängige Leitsätze formuliert, die in Abbildung 3 dargestellt sind.

Die von der Eat-Lancet-Kommission entwickelte Planetary Health Diet wird konkreter. Hier werden, ausgehend von der Überlegung, wie im Jahre 2050 eine Weltbevölkerung von dann voraussichtlich zehn Milliarden Menschen ernährt werden kann, konkrete Referenzwerte für die Ernährung ausgegeben. So sind hier zum Beispiel pro Person und Tag 200 bis 600 Gramm Gemüse, aber nur 0 bis 28 Gramm rotes oder verarbeitetes Fleisch (bei einer Gesamtenergiezufuhr von 2.500 kcal/Tag) vorgesehen. Die tägliche Currywurst, das tägliche Schnitzel oder die tägliche Portion Spaghetti-Bolognese sind hier nicht angedacht. Stattdessen sieht diese ressourcenleichte oder auch ressourceneffiziente Kost Gemüse, Vollkorngetreide, Hülsenfrüchte, Nüsse und Obst sowie moderate Mengen Geflügel, Ei und Meeresfrüchte vor.

Im Mittelpunkt stehen also pflanzliche Lebensmittel, die durch einen geringen Anteil tierischer Lebensmittel ergänzt werden. Auch beliebte Klassiker, wie zum Beispiel die Spaghetti-Bolognese können ressourcenleichter interpretiert und damit nachhaltig(er) werden – sowohl für Gesundheit, als auch Umwelt. Das abgebildete Beispiel zeigt, wie sich der >

7 Grundsätze nachhaltiger Ernährung	
1. Bevorzugung pflanzlicher Lebensmittel Aufgrund der schlechten Ökobilanz tierischer Lebensmittel und gesundheitlicher Folgen bei Überkonsum ist eine pflanzenbasierte Ernährung zu empfehlen. Zudem würden weniger Futtermittel benötigt, die landwirtschaftlichen Flächen könnten zur Ernährung der Menschen genutzt werden.	2. Ökologisch erzeugte Lebensmittel Die ökologische Landwirtschaft erzeugt rund 25 Prozent weniger Treibhausgase als die konventionelle, Böden und Wasser werden weniger belastet durch geringeren Pestizideinsatz und es finden sich weniger Zusatzstoffe in ökologisch erzeugten Lebensmitteln.
3. Regionale und saisonale Erzeugnisse Durch den Kauf regionaler Lebensmittel können Transportwege verkürzt und regionale Erzeuger unterstützt werden. Durch den saisonalen Gemüseanbau kann Energie bei der Beheizung von Gewächshäusern gespart werden.	4. Bevorzugung gering verarbeiteter Lebensmittel Weniger Verarbeitung bedeutet weniger Energie- und Wasseraufwand für Produktion und Transport, weniger Verlust von Vitaminen, Mineralstoffen und Nährstoffen. Verarbeitete Produkte enthalten häufig Zusatzstoffe wie Konservierungsmittel und Geschmacksverstärker sowie Salz, Zucker und Fett.
5. Fair gehandelte Lebensmittel Besonders bei Produkten aus Entwicklungsländern sollte darauf geachtet werden, unter welchen Bedingungen für Menschen und Umwelt diese erzeugt werden. Häufig leiden Erzeuger vor Ort unter schlechten Arbeitsbedingungen und Unterbezahlung. Die Auflagen des fairen Handelns beinhalten in der Regel auch Auflagen zum Umweltschutz.	6. Ressourcenschonendes Haushalten Durch Vermeidung von Lebensmittelverschwendung werden auch Energie und Treibhausgase gespart, da weniger aufwendig produziert und entsorgt werden muss. Auch die Reduktion von Verpackungsmüll sowie der Einsatz effizienter Küchengeräte und Ökostrom sparen Rohstoffe und Energie.
7. Genussvolle und bekömmliche Speisen Trotz Beachtung gesundheitlicher, ökologischer, ökonomischer und sozialer Aspekte sollten Genuss und Spaß am Essen nicht zu kurz kommen. Andernfalls wäre eine langfristige Umstellung auf eine nachhaltige Ernährung schwer umsetzbar.	

Abb. 3: Die sieben Grundsätze der nachhaltigen Ernährung nach Karl von Koerber 2015

CO₂-Fußabdruck des Mittagsmenus ‚Spaghetti Bolognaise mit geriebenem Käse, Feldsalat mit Gurke, Mais und Vinaigrette, dazu 0,5 Liter Mineralwasser aus der Flasche‘ verändert, wenn das Rinderhack durch Tofu ersetzt wird (siehe Abbildung 4).

Während sich der CO₂-Fußabdruck reduziert, steigt der Gesundheitswert. Denn es werden sowohl gesättigte Fette als auch tierische Eiweiße reduziert, während der Ballaststoffgehalt steigt. Dies gelingt ohne erhebliche geschmackliche Veränderungen, der Genuss bleibt erhalten.

Was gegessen wird, ist damit von Bedeutung für Gesundheit und Umwelt. Es ist auch an der betrieblichen Gemeinschaftsverpflegung, hier Verantwortung zu übernehmen und im Rahmen der Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Diese Möglichkeiten sind vielfältig, wie eine qualitative Untersuchung an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Heilbronn gezeigt hat. Eine Studentin des Studiengangs BWL-Food Management befragte einige Betriebe zu ihrem Engagement für mehr Nachhaltigkeit und Gesundheit in der betrieblichen Mittagsverpflegung. Handlungsmöglichkeiten ergeben sich vom Einkauf, über die Angebotsgestaltung, die Präsentation der Speisen, bis hin zur Nachbereitung.

Im Einkauf ist es zum Beispiel von Vorteil, die Lieferanten zu kennen. So können gemeinsam Initiativen für weniger Verpackungen oder bessere Produktionsbedingungen entwickelt werden. Außerdem sollte in Anbetracht der Transportkosten auf regionale Lieferanten gesetzt werden. Gemäß den Grundsätzen der nachhal-

tigen Ernährung ist es weiterhin von Vorteil ökologische und fair gehandelte Produkte einzubeziehen.

Nudging zu mehr Gesundheit und Nachhaltigkeit

Viele Einrichtungen der Außer-Haus-Verpflegung fürchten jedoch die vergleichsweise höheren Einkaufspreise solcher Lebensmittel. Besonders bei Fleisch- und Milchprodukten bestehen Preisdifferenzen zwischen konventionell und biologisch erzeugten Lebensmitteln. Ein Gesamtkonzept aus einem Mehr-Angebot von vegetarischen und veganen Speisen, bei einem gleichzeitig redu-

zierten Fleisch-Angebot (weniger und seltener) sowie Mischkalkulationen, können dabei helfen, den Kostenanstieg zu regulieren.

zienten Fleisch-Angebot (weniger und seltener) sowie Mischkalkulationen, können dabei helfen, den Kostenanstieg zu regulieren. Auch über die Preisgestaltung kann einiges bewirkt werden. So könnten gesündere und nachhaltigere Speisen günstiger angeboten werden, während solche mit Fleisch-Komponente teurer abgegeben werden. Dies würde nicht nur dazu führen, dass Betriebe ihre höheren Einkaufspreise für ökologisch erzeugte Lebensmittel an den Endkonsumenten weitergeben

könnten, sondern auch dazu, dass die Wertschätzung gegenüber ressourcenintensiv erzeugten Lebensmitteln, wie Fleisch, steigen dürfte. Gleichzeitig kann der günstigere Preis für fleischlose und damit gesündere und nachhaltig(er)e Gerichte dazu führen, dass auch die Nachfrage steigt. Der Versuch, Besucher auf eine subtile Weise zu erwünschten Verhaltensweisen – hier zu einer gesünderen und nachhaltig(er)en Ernährung – zu bewegen, ohne dabei die Entscheidungsfreiheit des Einzelnen einzuschränken, wird als Nudging bezeichnet. Das kann neben dem Preis zum Beispiel auch über die Gestaltung der Kunden-Laufwege oder die beson-

der attraktive Präsentation entsprechender Speisen erfolgen.

Akzeptanz durch Kommunikation

Mehr Wertschätzung könnte auch dazu beitragen, dass weniger Lebensmittel weggeworfen werden. 12 Millionen Tonnen Lebensmittelabfälle sind es jährlich in der Bundesrepublik, davon fallen immerhin 14 Prozent in der Außer-Haus-Verpflegung an. In der Betriebsverpflegung resultieren vermeidbare Lebensmittelab-

Studienbericht

Den ausführlichen Studienbericht ‚Nachhaltigkeit für eine gesunde Mittagspause – Handlungsmöglichkeiten für die Betriebsverpflegung‘ mit einer umfassenden Übersicht der Handlungsmöglichkeiten für Betriebsgastronomen gibt es online unter <https://www.food-management.online/>

reste gesammelt werden, geschehen.

Zu beachten ist, dass es sich bei der Umstellung auf nachhaltigere und gesündere Angebote um einen Prozess handelt, welcher Zeit und teilweise auch Kompromisse benötigt. So wäre denkbar, dass ein Teil der Mittagsgäste von den Umstellungen begeistert ist, während ein anderer Teil frustriert ist. Zum Beispiel davon, dass sich das täglich zur Wahl stehende Angebot an Fleischgerichten verändert oder reduziert hat.

Es ist daher von entscheidender Bedeutung, dass parallel zur Angebots-Umgestaltung auch die Akzeptanz der Gäste – beispielsweise durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen und Informationsangebote – mitgedacht und begleitet wird.

Hierbei kann die Umstellung auch vom betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) flankiert werden, so zum Beispiel durch Aktionstage, Weiterbildungen und Informationsangebote. Eine solche abteilungsübergreifende Zusammenarbeit stärkt betriebsinterne Nachhaltigkeits-Initiativen und fördert Akzeptanz. Über die Akzeptanz hinaus können die nachhaltig(eren) und gesünderen Angebote der Betriebsgastronomen eine In-

Mittagsmenü	Mit 100g Rindfleisch: CO ₂ -eq (kg)	Mit 100g Tofu: CO ₂ -eq (kg)
Spaghetti Bolognese mit geriebenem Käse, Feldsalat mit Gurke und Mais, Vinaigrette, 1/2 Liter Mineralwasser aus der Flasche	2,22	1,16

Abb. 4: Vergleich des CO₂-Fußabdrucks zwischen einem Menü mit Rindfleisch und einem mit Tofu

spiration für die Esser sein, auch zuhause im privaten Umfeld eine nachhaltig(ere) Ernährungsweise zu praktizieren. Die Betriebsgastronomie kann diese Inkubator-Wirkung insbesondere durch Information und praktische Hilfestellungen, wie zum Beispiel durch die Herausgabe von beliebten Rezepten oder das Anbieten von entsprechenden Kochkursen oder Team-

Events, unterstützen. So übernimmt sie auf eine serviceorientierte Art und Weise Verantwortung für das Wohlbefinden der Gäste auf der einen und für die Umwelt auf der anderen Seite.

Viele Unternehmen und Betriebsgastronomen haben den Zusammenhang zwischen Ernährung, Gesundheit und Umwelt bereits erkannt und Maßnahmen ergriffen. Sie

nehmen damit ihre gesellschaftliche Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung wahr und gehen mit gutem Beispiel voran. Es ist also an weiteren Betrieben, diese Chancen zu ergreifen und an uns allen, offen für nachhaltig(ere) und gesündere Speiseangebote zu sein. Es geht nicht darum, auf Currywurst, Schnitzel und Bolognese-Sauce dauerhaft zu verzichten. Nein. Es geht darum, bewusst zu wählen und den eigenen Konsum im Sinne der Nachhaltigkeit so anzupassen, dass die Umwelt, wir selbst und auch künftige Generationen nicht unter unseren heutigen Vorlieben zu leiden haben.

Carolyn Hutter, Katja Lotz,
Maren Ann-Kathrin Sauter,
Cora Schramm



Anzeige

Taiwan Excellence: Nachhaltige Produkte made in Taiwan

Ende 2020 fand in Taiwan die 'Taiwan Excellence Green Life Online Press Conference' statt, organisiert vom Taiwan External Trade Development Council (TAITRA). Jedes Jahr werden für die Auszeichnung Taiwan Excellence in einem strengen Auswahlverfahren innovative Produkte made in Taiwan ausgewählt, basierend auf den vier Hauptkriterien F&E, Design, Qualität und Marketing. Auf der Virtual Press Conference konnten preisgekrönte Taiwan Excellence-Marken von ihnen entwickelte umweltfreundliche Produkte präsentieren.

Steinpapier

Das in mehr als 40 Ländern patentierte 'Lung Meng Eco-friendly Paper Composite Material' der Firma Taiwan Lung Meng Advanced Composite Materials ist ein Pa-

pierersatz aus Steinpulver, mit etwas Harz gebunden. Für die Herstellung müssen keine Bäume gefällt werden, sie kommt ohne Bleichen und starke Säuren und Basen aus. Das Produkt ist wasserfest, frostsicher, reißfest, weich, schwer zu brechen und resistent gegen Insektenfraß. Es ist bedruckbar, für Lebensmittelverpackungen und vieles andere nutzbar.

Strohhalme aus pflanzlichen nachwachsenden Fasern

2017 brachte die Ju Tian Cleantech Co., Ltd. den ersten 'Bagasse-Strohhalme' aus Zuckerrohr auf den Markt. Inzwischen werden Kaffeesatz, Bambuspulver, Teesatz, Reisschalen und sogar Traubentresten aus der Weinherstellung zu ökologischen Strohhalmen verarbeitet und so Kreislaufwirtschaft gefördert und Plastik-

müll reduziert. Bagasse-Strohhalme zerfallen in definierter Umgebung in sechs Monaten zu mehr als 90 Prozent. Die Strohhalme tragen das taiwanesisches Öko-Siegel Green Mark.

Umweltfreundliche Papierbehälter

Das Unternehmen Jiun Yo Co., Ltd. stellt seit 22 Jahren umweltfreundliche Papierbehälter her. Seine neue Entwicklung sind die völlig plastikfreien Waterborne Coated (WCP) Pappbecher, die sich in kommerziellen Müllanlagen innerhalb von etwa 12 Wochen vollständig zersetzen. Die neue Beschichtung sei eine ökologische, erdölfreie und recycelbare Alternative, dazu preisgünstiger als die bisher von Jiun Yo hergestellten mit PLA (Polymilchsäure) beschichteten Behälter.

Problemlöser in der Frische

Die Bio Manufaktur liefert verzehrfertige Salate und Gemüse



Geschäftsführer Sascha Schreier hat die Bio Manufaktur komplett auf die Belieferung des Außer-Haus-Marktes umgestellt.

Bereits 1983 stellte der Gründer Roland Käpplein seinen damals 108 Hektar großen landwirtschaftlichen Betrieb aus Überzeugung auf Biolandbau um. 1994 begann er mit der Produktion küchenfertiger Salate und vorgefertigtem Gemüse, was 1999 in einem modernen, effizienten Produktionsbetrieb für den LEH mündete. Die Produktion für Großverbraucher gestaltete sich damals noch als recht schwierig – es fehlte an Beständigkeit. Die Ant-

Aus Bio-Betrieb Käpplein hat Sascha Schreier die Bio Manufaktur gemacht. Wo früher der Fokus auf dem Einzelhandel lag, ist die Bio Manufaktur heute ein wichtiger deutscher Bio-Hersteller der Außer-Haus-Verpflegung für passgenau gelieferte Salate und Gemüse. Nach einem Generationenwechsel mit einer neuen Betriebsstrategie zog die Produktion in eine stillgelegte Metzgerei, deren ehemaliger Verkaufsraum mit den Frische-Theken jetzt als Aushängeschild für die Manufaktur dient.

wort war eine Abpackmaschine für Verbraucher-Portionspackungen. Der Vertrieb lief über Naturkostfachgeschäfte und Supermärkte und der Betrieb war ausgelastet.

2019 übernahm Sascha Schreier, der 12 Jahre lang bei der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall und seit 2016 als Betriebsleiter von Käpplein Bio GmbH & Co. KG und überführte den Betrieb in die Bio Manufaktur Waghäusel GmbH. Jetzt hatte sich die Situation wieder komplett gedreht. Der Handel entpuppte sich als zunehmend schwieriger. Da kam das große Interesse in der Außer-Haus-Verpflegung für Bio-Angebote gerade recht.

Neubeginn in Heimsheim

Vor zwei Jahren kam die Überlegung auf, komplett aus dem schwierigen Einzelhandel auszusteigen und sich ganz auf die AHV zu konzentrieren, weil sich eine vermehrte Nachfrage nach Bio bei Großverbrauchern regelrecht aufdrängte – bei Kommunen zum Beispiel, aber auch bei Kitas und Schulen. Im Zuge dieser Umstellung gab es dann eine Mitarbeiterkürzung von 40 auf 15 und schließlich den Umzug von Waghäusel ins 70 Kilometer entfernte Heimsheim bei Stuttgart, wo Sascha Schreier einen Neuanfang unternahm. In den sterilen und kühlen Räumen der ehemaligen Metzgerei, fanden alle Maschinen Platz, nachdem die große Ab-



Durch vorgeschnittene Salatmischungen sorgt die Bio Manufaktur für ein besonders kundenorientiertes Angebot.



Die neuen Örtlichkeiten in Heimsheim verfügen über weniger große Dimensionen, sie sind jedoch produktiver. In den überschaubaren Produktionsräumen finden sich alle notwendigen Maschinen zum Reinigen, Gemüse schneiden und Kalibrieren. Zwei kleine Lagerräume beherbergen jeweils 14 Paletten. Dazu kommen fünf Kühlzellen zum Zwischenlagern von Fertigprodukten, in denen die Waren immer nur für wenige Stunden verweilen.

Hohe Flexibilität, Frische und Kundenorientierung

Kunden der Bio Manufaktur sind zum einen Verarbeiter (von Tsatsiki, Meerrettichcremes etc.), zum anderen Caterer und Großküchen, die etwa vorgeschnittene und kundenspezifische Gemüse- und Salatmischungen oder auch Kartoffeln für die Zubereitung von Bratkartoffeln beziehen. Eine Besonderheit der Bio Manufaktur ist dabei die hohe Flexibilität sowie das kundenorientierte Angebot.

Die Kunden können ‚just in time‘ bestellen, wann immer sie die Produkte benötigen. Die Waren kommen morgens an, gehen in die Verarbeitung und werden anschließend weitergeschickt. So gibt es nie einen hohen Lagerbestand, dafür wird viel Frische garantiert. Außerdem könne auf Sonderwünsche wie etwa auf fünf Millimeter zugeschnittene Radieschen oder von Hand in Spalten zerlegte Kürbisse eingegangen werden. Hier ist der Name ‚Manufaktur‘ Programm. Als ➤

packmaschine für den Einzelhandel nicht mehr benötigt wurde.

„Den Außer-Haus-Markt zu beliefern macht Spaß, weil Planen möglich ist“, erzählt Schreier über das neue Konzept. Die Zusammenarbeit mit dem Handel sei im Vergleich schwerfällig gewesen, weil die Bestellungen so willkürlich und kurzfristig einträfen. Dagegen wüssten Gastronomen schon Tage vorher, was auf die Teller kommt.

Die Corona-Krise traf das Unternehmen dann jedoch hart. „Einen Tag lang gab es bloß Abbestellungen und Stornierungen – es war wie im Albtraum“, erinnert sich Sascha Schreier. Seit etwa Juli laufe aber alles wieder auf das Normalmaß zu. Der Mitarbeiterstamm besteht jetzt nur noch aus langjährigen Festangestellten, die sich gut auskennen und die erste Corona-Welle mit Bravour bewältigt haben.



An einem historischen Wochenmarktwagen bekommen Kunden Obst, Salat und Gemüse aus dem eigenen Umschlagslager.





Im To go-Thekenladen gibt es Salate, Aufstriche und Antipasti in bester Bio-Qualität. (o.). Die ehemalige Metzgerei verwandelte Sascha Schreier in einen „Bioladen für jedermann“ (u.). Hier zeigt der Obst- und Gemüseverarbeiter, was er kann.

Problemlöser liefere man auch Waren, die rein maschinell nicht herstellbar wären.

Einer der großen Abnehmer der Bio Manufaktur ist die Klinik in Stuttgart, die auch Catering für andere Einrichtungen anbietet und 6.000 bis 10.000 ausgegebene Essen pro Tag verantwortet. Beliefert werden außerdem etwa der ‚Hausgemacht Bio-Catering‘ in Sulzfeld, Kantinen großer und kleiner Unternehmen in der Region sowie der Caterer Apetito. 100 Prozent Bio bei Salat und Schnippelware? Das gäbe es bisher so erst selten in Deutschland.

Auch kleine Unternehmen möchte die Bio Manufaktur gerne beliefern. „Die fallen sonst leicht hinten runter“, erklärt

Schreier. Für die Großen sei die Umstellung leichter. Dabei sei es aber gerade auch wichtig, Kinder und Jugendliche, also die Kitas und Schulen mitzuziehen. So könne man etwas bewegen.

Während der Vegetationsperiode von Mai bis Oktober werden in der Bio Manufaktur überwiegend Salate und Kräuter von lokalen Erzeugern verarbeitet. Darüber hinaus ist sie aber weit vernetzt und hat auch Standbeine an der Nordsee und in Mitteldeutschland. Gibt es in Süddeutschland schlechte Erntebedingungen, können auf diese Weise noch Waren aus anderen Klimabereichen besorgt werden. In der Wintersaison bezieht die Bio Manufaktur

die Rohware von spezialisierten Gemüsebaubetrieben in Südeuropa und gewährleistet so ein ganzjähriges Angebot.

To go-Thekenladen vor Ort

Um die 700 Kunden in der Woche versorgte die stillgelegte Feinkostmetzgerei in Heimsheim früher. In ihrem Verkaufsraum eröffnete die Bio Manufaktur im November letzten Jahres einen besonderen To go-Thekenladen.

Kunden erhalten dort ein vielfältiges Angebot von Antipasti, Oliven, Salatdressings, Salaten, Wok-Gemüse, zahlreichen Aufstrichen und hochwertigem Käse über Eier und Fleisch der BESH bis zu warmen Leberkäsbrötchen auf die Hand. Für die benötigten Backwaren ist die Bio-zertifizierte Brezelschmiede in Waghäusel verantwortlich. Zusätzlich wird ein warmes Tagesessen angeboten.

An einem historischen Wochenmarktwagen – mit seinen Holzrädern ein klassischer Hingucker – findet direkt vor dem Laden außerdem ein Abverkauf von Obst, Salat und Gemüse aus dem eigenen Umschlagslager statt, welches den Kunden eine ungewohnte Frische garantiert. Ein „Bioladen für jedermann“ soll die ehemalige Metzgerei sein und nach Schreier einen Kompromiss zwischen Feinkost und günstigen Lebensmitteln darstellen – mit vielen gesunden Kalorien für den täglichen Bedarf.

Lena Renner



Qualität vor Preis

Jugendamt Stuttgart versorgt Kinder mit Bioessen

2009 wurde das Kommissionier- und Servicezentrum für Essen (KSZ'E) im Stuttgarter Jugendamt in Betrieb genommen. Mit Hilfe des Cook & Chill-Verfahrens werden darüber 7.500 Kinder in 150 städtischen Tageseinrichtungen (TE) und vom Jugendamt belieferten Schulen versorgt. Von jetzt schon über einem Viertel soll der Bio-Anteil bis 2022 auf die Hälfte angewachsen sein.



Gerd Danner ist von Beruf Küchenmeister und Betriebswirt. Seit ihrer Gründung im Jahr 2004 ist er Leiter der Dienststelle Essensversorgung, Hauswirtschaft und Fachdienst für Ernährung im Jugendamt Stuttgart. „Damals war Bio schon in aller Munde“, erinnert er sich.

Anfangs wurden die städtischen Kitas noch über Stützpunktküchen versorgt, von denen aus die Mittagessen im Warmhalteverfahren ausgeliefert wurden. Spätestens 2007, als ein rechtlicher Anspruch auf einen Kita-Platz Realität wurde, waren die Küchen aber mit der Menge der benötigten Mahlzeiten überlastet. Die extrem langen Warmhaltezeiten von bis zu vier Stunden taten ihr Übriges und machten eine Systemveränderung erforderlich. „Toll, dass der Gemeinderat unter OB Wolfgang Schuster damals den Mut hatte, den Umstieg zu wagen!“, meint Gerd Danner rückblickend. So wurden 2009 die Stützpunktküchen zu Aufbereitungsküchen zurückgebaut und gleichzeitig das Personal des Versorgungszentrums des Städtischen Klinikums aufgestockt. Von dort aus sollten fortan Gerichte im Cook

& Chill-Verfahren ausgeliefert werden. Als Umpackbetrieb wurde im Gewerbegebiet Gaisburg im Stuttgarter Osten das KSZ'E gegründet.

„Ziel war zu keinem Zeitpunkt, Geld zu sparen.“

Aktuell werden vom KSZ'E 27 Prozent aller Produkte (auf das Gewicht bezogen) in Bio-Qualität geliefert. Darunter sind besonders viel Obst und Gemüse, aber auch Blattsalate, Molkereiprodukte, Kartoffeln, Reis, Nudeln, Spätzle, Knöpfle und Pizza. Da wo es möglich ist, werde auch Bio eingekauft, versichert Gerd Danner. Die Schwierigkeit bestünde nur darin, Lieferanten zu finden, die auch die entsprechenden Mengen bereitstellen könnten. So sei es zwar möglich, 850 Kilo Bio-Orangen zu beziehen – bei Fleisch in derselben Größenordnung, das noch dazu auf eine bestimmte Weise vorbereitet sein sollte, werde es aber schon merklich schwerer.

„Ziel war zu keinem Zeitpunkt, Geld zu sparen. Ziel war immer, die beste Qualität zu haben“, beteuert Danner über das Selbstverständnis des KSZ'E. An finanziellen Mitteln mangelt es dem Jugendamt demnach nicht. Eine Million Euro mehr habe der Gemeinderat auf Vorschlag des grünen Oberbürgermeisters Fritz Kuhn 2020 im Rahmen des Klimaschutzpakets für den Einkauf von Bio-Produkten zur Verfügung gestellt – für dieses Jahr sei eine weitere Million mehr geplant. Damit scheint das Ziel realistisch, den Bio-Anteil bis 2022 auf 50 Prozent zu erhöhen. Ausgelobt werden die Produkte bislang allerdings nicht. „Anders als andere >





Gerd Danner vom Stuttgarter Jugendamt hat das KSZ'E von seinen Anfängen 2009 an begleitet.

Caterer haben wir die Werbung nicht nötig", erklärt Danner. Die Kinder seien ja da und müssten versorgt werden. Zudem habe der Betrieb eine starke Selbstkontrolle. Und ohne Zertifizierung falle der Zwang weg, komme was wolle Bio beziehen zu müssen – auch wenn ein Produkt gerade vielleicht nicht lieferbar sei. So erhalte man sich eine gewisse Flexibilität. Außer auf Bio werde auch viel auf Regionalität und Saisonalität geachtet.



Messen, wiegen und packen

Die Kommissionierhalle im Erdgeschoss des KSZ'E ist das Herzstück des Betriebs. 3,5 bis vier Tonnen Lebensmittel werden hier jeden Tag von rund 32 Mitarbeitern gemessen, gewogen und abgepackt. Jährlich werden damit 1,6 Millionen Mahlzeiten zusammengestellt. 60 Prozent der

„Der Standort ist sensationell.“

Waren kommen vom Versorgungszentrum des Städtischen Klinikums (VZ), mit dem eine enge Zusammenarbeit besteht. Die restlichen 40 werden selbst gekauft: von Lieferanten, die über Ausschreibungen gesucht und regelmäßig auditiert werden.

In der Klinik werden die Speisen zu 80 Prozent gegart, danach im Schnellverfahren herunter gekühlt und anschließend in Kühltransportern im Großgebäude an das KSZ'E geliefert. Hier werden die Gerichte dann ganz individuell für die verschiedenen Tageseinrichtungen (TE) – es gibt sol-

che mit acht und andere mit 250 Kindern – kommissioniert. Bei einer Umgebungstemperatur von 12 Grad Celsius arbeiten Regionalküchenleitungen – das sind Köche, hauswirtschaftliche Betriebsleiter oder Küchenmeister – an Kommissionier-tischen und verpacken die Gerichte so, dass sie exakt auf die Bedürfnisse der Kinder abgestimmt sind.

Heiß, frisch und vitaminreich

Weitere Mitarbeiter arbeiten an Thermoporten, die später an die TE geliefert werden. Sie holen die passenden Komponenten an den einzelnen Stationen in der Mitte ab. Der zugehörige Lieferschein mit einem Begleitschreiben vom KSZ'E beinhaltet Angaben über die gelieferte Menge sowie Zubereitungshinweise.

Morgens werden Essensproben in der Vorbereitungsküche erwärmt und verkostet, bevor die Thermoporte über externe Transportunternehmen ihre Reise zu den verschiedenen Aufbereitungsküchen der TE antreten. Bis zu 400.000 Euro koste der Transport das Jugendamt pro Jahr. Angekommen an den TE werden die Speisen in Öfen vor Ort ‚just in time‘ warmgemacht





Rund 32 Mitarbeiter sind im KSZ'E im Stuttgarter Jugendamt beschäftigt. 3,5 bis vier Tonnen Lebensmittel werden in der Kommissionierhalle täglich gemessen, gewogen und abgepackt.

und zu Ende gegart, sodass jedes Kind mit einem heißen, frischen und vitaminreichen Mittagessen versorgt werden kann. Die Hauswirtschaft wird zudem im Verfeinern geschult und kann die Gerichte für die größeren Kinder bei Bedarf nachwürzen.

Menüs für jeden Bedarf

Angeboten werden für die Einrichtungen immer zwei bis drei Menülinien. Bei Menülinie 1 wird zwei Mal in der Woche Fleisch und einmal Fisch serviert. Dazu gibt es jeweils vegetarische Alternativen. Bei Menülinie 3 handelt es sich um Kleinkindessen für unter Zweijährige, das besonders gut verträglich mit wenig Salz und schwächer gewürzt zubereitet wird. Da auch die ersten zwei Menülinien für Kleinkinder gut geeignet sind, wird Linie 3 täglich lediglich 100 bis 120 Mal bestellt. Zusätzlich können auch alle Diäten geliefert werden, da das Klinikum über eine eigene Diätschule verfügt. „Das ist ein Riesenplus, das wir haben“, freut sich Gerd Danner.

Der Speiseplan wird in Workshops erarbeitet. Dafür kommen Leute vom Elternbeirat, Pädagogen, Ökotrophologen sowie Experten von der Dienststelle Essensversorgung zusammen, um gemeinsam einen Kompromiss zu finden. Dabei sei es gar nicht so einfach, die verschiedenen Wünsche und Bedingungen der Einrichtungen unter einen Hut zu bringen.

Die Pädagogen bestellen das Essen im KSZ'E und haben hierbei noch viel Raum für eigene Entscheidungen. So werde etwa als Basis eine Pizza Margherita geliefert und die TE könnten dann selbst entscheiden, ob sie zusätzlich einen Schinkenbelag wünschen oder nicht. „Das kommt bei den Kunden richtig gut an“, meint Danner. Eine große Lagerhaltung ist im KSZ'E nicht vorhanden. Es gibt nur ein kleines Tro-

ckenlager und auch die Kühlhäuser stehen nach der Kommissionierung fast leer. Das liege daran, dass immer alles sehr genau bestellt und ausgegeben werde, erklärt Danner. So gebe es einen schnellen Durchlauf, stets frische Produkte und keine überlagerte Ware. Selten werde bei einer Bestellung einmal etwas vergessen und müsse dann nachgeliefert werden. Weil der nächste Großmarkt nur in fünf Minuten Entfernung liegt, könne das aber innerhalb von 20 Minuten bewerkstelligt werden. „Der Standort hier ist sensationell“, freut sich Danner.

Lena Renner



Frische rund um die Uhr

Großhändler Staiger liefert seinen GV-Kunden immer mehr Bio

Seit 40 Jahren versorgt der Lebensmittel-Großhandel Staiger das Herz Baden-Württembergs im Umland von Stuttgart mit Frischeprodukten und mehr. Was Bio angeht, steckt der Betrieb noch in den Kinderschuhen, schaut aber ambitioniert nach vorne, weil seine Kunden danach verlangen.



Bernd Wemlinger ist bei Staiger für den Wareneinkauf zuständig.

Das Familienunternehmen in Stuttgart-Wangen wurde 1980 gegründet. Damals übernahm Karl Staiger die frühere Firma Mohr und Hiller GmbH auf dem Großmarkt. Der Schwerpunkt des Angebots liegt auf Obst, Salat und Gemüse. Aber auch Convenience, Molkereiprodukte, Säfte und Konserven sind bei Staiger erhältlich. Insgesamt umfasst das Sortiment mehr als 5.000 Produkte. Das O+G Bio-Sortiment ist nicht nur für Küchen interessant, gerade im Lebensmittel-Einzelhandel sei als Ergänzungslieferant viel Musik drin. Hier kann Staiger mit einer Vielfalt überzeugen, die sonst im konventionellen Bereich noch ihresgleichen sucht.

Drei Prozent Bio mit Luft nach oben

Der Jahresumsatz beläuft sich auf etwa 50 Millionen Euro. Davon werden bislang drei Prozent in Bio-Qualität angeboten – man bemühe sich jetzt wegen der gestiegenen Nachfrage ständig, den Anteil zu erhöhen. Dafür unterhalte man Direktbeziehungen in die Ursprungsländer und pflege Kontakte direkt im Umkreis und zu Erzeugern in der Region. Ein Problem sei aktuell, dass Staiger die O+G Ware offen anbietet, sodass

es bei den Kaufleuten nötig wäre, sie entsprechend zu labeln oder labeln zu lassen. Ein Produzent in Spanien gehe hier bisher mit gutem Beispiel voran. „Da geht aber sicher noch deutlich mehr“, meint Bernd Wemlinger, der bei Staiger für den Wareneinkauf zuständig ist. Convenience Bio-Salate und -Gemüse werden in der AHV vermehrt nachgefragt und von der Bio Manufaktur in Heimsheim zugeliefert. „Eigentlich schon immer“ arbeite man zudem mit zwei Bio-O+G-Großhändlern zusammen. Eine weitere Stärke





Die Nachfrage nach Bio-Gemüse in der Außer-Haus-Verpflegung steigt.

Staigers ist die Regionalität. So pflege man dauerhafte Beziehungen und einen engen persönlichen Kontakt zu den Lieferanten und arbeite mit handverlesenen Unternehmen aus Baden-Württemberg und Bayern zusammen. Der Fuhrpark zeichne sich durch einen geringen CO₂-Ausstoß aus, der den umweltschonenden Euro 5 und 6 Abgasnormen entspreche.

„Wir beliefern alles, wo gekocht wird.“

Im Umkreis von rund 100 Kilometern um Stuttgart ist Staiger aktiv. Zu seinem beträchtlichen Einzugsgebiet gehören Karlsruhe, Tübingen, Reutlingen, Freudenstadt, Heilbronn wie auch Geislingen an der Steige. Dabei werden ganz unterschiedliche Kunden versorgt: Viel geht an Einzelhändler wie Edeka oder Rewe, beliefert werden auch die Gastronomie, Caterer, Kantinen, Kitas, Schulen, Seniorenheime, Kliniken, Bäckereien und Metzgereien bis hin zur Dönerbude ums Eck – „eigentlich alles, wo gekocht wird“, erklärt Wemlinger. Insgesamt hat Staiger knapp 2.000 Kunden – täglich werden zirka 600 bis 700 ange-

fahren. Zu guten Zeiten sei man mit 40 LKWs und Sprintern unterwegs. Die geräumige Lagerhalle ist Lager- und Verkaufsfläche in einem. Über 3.000 Quadratmeter gekühlte Lagerflächen stehen hier in verschiedenen Temperaturzonen zur Verfügung. Dabei ist das Sortiment momentan wegen der Corona-bedingten Gastronomie-Pause deutlich heruntergefahren.

Großmarktverkauf ab 2 Uhr nachts

Der aktive Großmarktverkauf beginnt um 2 und endet aktuell um 9 Uhr. Hunderte Kunden kommen in dieser Zeit zum Einkauf von überall her: sowohl Einzelhändler als auch Gastronomen und Supermarktlei-

ter. Viele holen eine teils vorkommissionierte Bestellung ab. Manche bekommen Rechnungen, manche einen Lieferschein, manche zahlen auch direkt – das sei individuell ganz unterschiedlich geregelt. Staiger ist ein 24-Stunden-Betrieb. Rund um die Uhr wird hier gearbeitet. Auch persönlich sei man stets erreichbar, versichert Wemlinger. Wenn etwa Edeka abends um 10 bestelle, sei morgens um 5 Uhr die Ware da – ebenso wenn eine Pizzeria nach Küchenschluss um halb 12 in der Nacht noch eine Bestellung abgebe. So ein Angebot sei in der Branche bisher einzigartig. „Das kann sonst keiner“, meint Bernd Wemlinger stolz.

Lena Renner



Engagement der Länder im Überblick

Wie engagieren sich die Bundesländer für mehr Bio in der AHV?



Der Kochbus bietet eine fest etablierte Bühne für gute Ernährung und Ernährungsbildung.

Von Ernährungsstrategien über Projekte bis hin zu Online-Tools und neu geschaffenen Einrichtungen – die Bundesländer Deutschlands sind auf vielfältige Weise aktiv, um das Thema Bio in der AHV voranzubringen. Die Projekte der Länder reichen von Bio für Kinder bis Bio-Regio in die Kantinen.

Baden-Württemberg

Baden-Württemberg hat die Förderung gesunder Ernährung im November 2017 zur Aufgabe der ganzen Landesregierung erklärt und eine landesweite, ressortübergreifende Ernährungsstrategie mit neun Leitsätzen entwickelt. So soll etwa die Ernährungsbildung landesweit für alle ge-

stärkt, in der öffentlichen Verwaltung mit ökologisch erzeugten Produkten mit gutem Beispiel vorangegangen und nachhaltiges und qualitätsvolles Essen außer Haus gefördert werden.

Zur Unterstützung wurde zum 1. Januar 2019 an der Landesanstalt für Entwicklung der Landwirtschaft und ländliche Räume (LEL) ein ‚Landeszentrum für Ernährung‘ eingerichtet. Es begleitet Modellprojekte zur Verbesserung der Gemeinschaftsverpflegung in Hochschulen, Kliniken und öffentlichen Kantinen. Außerdem soll mit ihm ein Kompetenzzentrum Ernährungsinformation und -bildung aufgebaut werden. Für die Umsetzung wurden im Doppelhaushalt 2020/21 zusätzliche drei Millionen Euro bewilligt. Darüber hinaus gibt es in den sogenannten Bio-Musterregionen (das baden-württembergische Pendant zu den Öko-Modellregionen) Leuchtturmprojekte, welche den Bio-Anteil in der Gemeinschaftsverpflegung erhöhen wollen. In Karlsruhe etwa werden bereits

25 Prozent der gelieferten Nahrungsmittel in öffentlichen Einrichtungen ökologisch erzeugt.

Bayern

2006 startete das Referat für Gesundheit und Umwelt der Landeshauptstadt München, gemeinsam mit dem Tollwood-Festival, das Pilotprojekt ‚Bio für Kinder‘ in München. Sein Ziel war es, Münchner Kitas und Schulen bei der Umstellung auf Bioverpflegung zu unterstützen. Von 2006 bis 2012 wurden 32 unterschiedliche Kinderbetreuungseinrichtungen bei der Umstellung auf 100 Prozent Bio-Kost begleitet.

Seit 2014 hilft der Bio-Speiseplanmanager Verantwortlichen für die Mittagsverpflegung in Kindergärten und Schulen bei der Umstellung auf Bio. Das Online-Tool bietet Sechs-Wochen-Speisepläne, eine passgenaue Berechnung des Lebensmittelbedarfs entsprechend des Alters und der Anzahl der Essensgäste sowie praxiserprobte

Rezepte und Wissenswertes zum Thema Bio. Darüber hinaus kann eine kostenlose Beratung durch Mentoren in Anspruch genommen werden.

Seit August 2020 ist die Online-Plattform ‚RegioVerpflegung‘ im Netz. Vom Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) initiiert, bietet sie eine Übersicht der bayerischen Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung mit bioregionalem Interesse. Darüber sollen Angebot und Nachfrage gezielt zusammengebracht und Kantinen, Kindergärten etc. mit Erzeugern, Verarbeitern und Händlern vernetzt werden.

Berlin

Im Oktober 2015 hat sich Berlin mit der Unterzeichnung des Mailänder Abkommens über städtische Ernährungspolitik (Milan Urban Food Policy Pact) zur Umsetzung einer umfassenden, langfristigen und sozial gerechten Ernährungspolitik verpflichtet. Im aktuellen Koalitionsvertrag wurde das Ziel konkretisiert und als Auftrag festgehalten, eine zukunftsfähige sowie regional gedachte Ernährungsstrategie zu entwickeln. Kernziel der Berliner Ernährungsstrategie ist die Qualitätsverbesserung in der Gemeinschaftsverpflegung. Ein Expertengremium hat hierfür Nachhaltigkeitskriterien über die gesamte Lieferkette erarbeitet. Wesentlicher Baustein für den Erfolg der Ernährungsstrategie ist das Zentrum für gute Gemeinschaftsverpflegung ‚Kantine Zukunft‘. 2016 wurde die zentrale ‚Qualitätskontrollstelle Schulessen‘ eingerichtet. Ein vierköpfiges Team aus Kontrolleuren untersucht seither regelmäßig das Essen von den etwa 30 Großküchen für die rund 400 Berliner Grundschulen. Nach und nach sollen aber auch die Essensausgaben in den Schulen stichprobenartig unter die Lupe genommen werden. Bis 2022 soll der Bio-Anteil im Schulessen auf 50 Prozent erhöht werden.

Brandenburg

Ziel des von der EU geförderten EIP-Projekts ‚Regionales Bio-Gemüse aus Brandenburg‘ ist der Auf- und Ausbau einer wettbewerbsfähigen, nachhaltig rentablen und skalierbaren Bio-Gemüseproduktion in Brandenburg. Hierfür wird mit etablierten Bio-Betrieben, Landwirten, Handel, Verarbeitung und Anbietern von Ge-

meinschaftsverpflegung zusammengearbeitet. Für die Kulturen Kartoffel, Möhre und Zwiebel soll eine koordinierte Anbauplanung realisiert werden.

Für die Schulverpflegung wurde im Schuljahr 2019/2020 von der Brandenburger Vernetzungsstelle für Kita- und Schulverpflegung das Web-Tool ‚Unser Schulessen‘ entwickelt. Mit Hilfe eines Qualitätsmanagement-Tools und entsprechenden Unterrichtsimpulsen will es Schulen eine nachhaltige Hilfestellung auf ihrem Weg zur Verbesserung des Schulessens geben. Aktuell wird die Übertragbarkeit des Tools auf andere Bundesländer vom Kooperationspartner Rheinland-Pfalz getestet.

Bremen

Vom Verein SozialÖkologie wurde das Pilotprojekt ‚Mehr Bio in Bremer Kitas‘ in die Wege geleitet. Hierfür wurden drei Bremer Kitas untersucht, welche zwischen Januar und Oktober 2017 ausschließlich Biolebensmittel verwendeten. Im Vordergrund standen die Fragen, wie sich die Umstellung auf die Kosten auswirken würde und wie viel Bio sich in der Kitaverpflegung realisieren lässt. Bei allen Kitas stiegen die Mehrkosten um 10 bis 15 Prozent. Zwei der Kitas werden auch in Zukunft bei 100 Prozent Bioversorgung bleiben, während die dritte zum Teil Kompromisse machen und einzelne Produkte wieder konventionell erstehen will. Im Rahmen der 11. Kommunalen Klimakonferenz 2018 erhielt das Projekt einen Sonderpreis in Höhe von 25.000 Euro. Im Folgeprojekt ‚Mehr Bio in mehr Bremer Kitas‘ werden weiterhin Workshops für Küchenleitungen und Personal angeboten.

Der mehrstufige Bremer ‚Aktionsplan 2025‘, der im Februar 2018 beschlossen wurde, hat einen hohen qualitativen Standard der Gemeinschaftsverpflegung bis 2025 zum Ziel. Die Einführung von Bioprodukten soll aufwendungsneutral erfolgen, wofür eine notwendige Reduzierung des Fleischanteils vorhergesehen wird. Es ist ein Modellversuch geplant, mit Hilfe dessen Daten zu Akzeptanz, Kostenstrukturen und Arbeitsabläufen bei Umstellung des Speiseplans erhoben werden. Bis 2022 sollen die Kantinen in Schulen, Kitas und Betrieben zu 100 Prozent Bio Speisen anbieten. Bis 2024 sollen Kran-

kenhäuser auf 100 Prozent Biomilch sowie 20 Prozent tierische und pflanzliche Produkte in Bioqualität umgestellt werden. Eine Projektgruppe engagiert sich zudem für die Umstellung auf Bio bei öffentlichen Veranstaltungen.

Hamburg

2018 hat sich in Hamburg ein Bündnis von Verbraucher- und Umweltorganisationen zusammengefunden, um die Bio-Ideen und Ziele Hamburgs umzusetzen und weiterzuentwickeln – darunter etwa der Ernährungsrat, Slow Food und Greenpeace Hamburg. Im ‚Dialogpapier Bio-Stadt Hamburg‘ haben die Vertreter der NGOs Ziele und Maßnahmen formuliert, mit denen bestehende Bio-Strukturen erhalten und gestärkt werden sollen. Dazu gehört, die Bio-Nachfrage durch Verbraucherinformation zu erhöhen, behördenübergreifende Strategien zu entwickeln und einen Bio-Stadt-Botschafter zu benennen.

Mit dem Hamburger Umweltleitfaden 2019 verpflichtet Hamburg öffentliche Einrichtungen zu einem Mindesteinsatz von zehn Prozent Bio-Lebensmitteln (des geldwerten Anteils). Gentechnisch veränderte Lebensmittel dürfen überhaupt nicht beschafft werden und Fische und Meeresfrüchte müssen entweder den Anforderungen des Marine Stewardship Council (MSC), des Aquaculture Stewardship Council (ASC) oder dem EU-Bio-Siegel entsprechen. Zudem muss Kaffee nach den Fair Trade Standards eingekauft werden. Im Juni 2019 wurde von der Bürger-schaftsmehrheit von SPD und Grünen ein Antrag vorgelegt, in welchem sie mehr Bio-Essen in den Kantinen der Hamburger Behörden und städtischen Unternehmen fordern. Der Senat solle die Verwendung von Bio-Lebensmitteln in städtischen Kitas und Schulmensen fördern und auch bei den eigenen Großveranstaltungen der Stadt für Standbetreiber und Caterer entsprechende Vorgaben machen.

Hessen

Im aktuellen Koalitionsvertrag in Hessen wurde verankert, dass eine Ernährungsstrategie für Hessen entwickelt wird. Angebot und Nachfrage nach nachhaltig erzeugten und gesunden Lebensmitteln sollten dadurch gesteigert und die Lebensmittelverschwendung reduziert werden. ➤

Im Rahmen des Praxisprojekts ‚Essen in Hessen‘ wurden Anfang 2019 sieben Modellbetriebe ausgewählt, deren Abfallmenge verringert sowie deren Rezepturen nach gesundheitlichen und ökologischen Gesichtspunkten optimiert werden sollten. Für 128 Rezepturen wurden spezifische Optimierungsempfehlungen ausformuliert – etwa die Reduktion der Fleischportionen und des Salzgehalts sowie die Erhöhung des Anteils an Gemüse und Hülsenfrüchten. Außerdem wurde im Zuge des Projekts das Dialogforum ‚Auf dem kulinarischen Weg zur Nachhaltigkeit‘ etabliert. Die Finanzierung des Projekts erfolgte über die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) und das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Projektpartner waren WWF Deutschland (Koordinierung), der Verein ‚United against Waste‘ sowie das Institut für nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft e.V.

Mecklenburg-Vorpommern

Die Strategie des Landwirtschaftsministeriums setzt vor allem auf eine stärkere Vernetzung auf Angebotsseite. Mit über 550.000 Euro wurde 2016 der Aufbau des auf drei Jahre angelegten Projekts ‚Netzwerk Ökologischer Landbau‘ unterstützt. Dessen Ziele waren etwa der Aufbau von themenspezifischen Vernetzungen entlang der Wertschöpfungskette, die Weiterentwicklung der Öffentlichkeitsarbeit sowie die Koordinierung länderübergreifender Projekte. Für die Nachfrageseite erarbeitet das Ministerium einen Leitfaden dafür, wie Gastronomen Bio-Produkte zukünftig gezielter verwenden und bewerben können.

Niedersachsen

Alle zwei Jahre seit 2016 findet in Niedersachsen der Wettbewerb ‚Betriebliche Esskultur – nachhaltig gut essen‘ statt. Gesucht werden Leuchtturmprojekte in puncto Nachhaltigkeit, Regionalität und artgerechte Tierhaltung. Die Ausschreibung richtet sich an Betriebsrestaurants, Kantinen und Cateringunternehmen. 2016 wurde von der Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e.V. das erste umfassende Serviceportal für die gesamte Branche der Gemeinschaftsverpflegung umgesetzt. Es

	Ernährungsstrategien, Pläne etc.	Projekte	Online-Tools	Einrichtungen
Baden-Württemberg	Landesweite Ernährungsstrategie			Landeszentrum für Ernährung
Bayern		Pilotprojekt ‚Bio für Kinder‘	Bio-Speiseplanmanager	
		Online-Plattform ‚RegioVerpflegung‘		
Berlin	Ernährungsstrategien als Ziel im aktuellen Koalitionsvertrag			Kantine Zukunft Qualitätskontrollstelle Schulessen
Brandenburg		EIP-Projekt ‚Regionales Bio-Gemüse‘	Web-Tool für Schulverpflegung	
Bremen	Aktionsplan 2025	Pilotprojekt ‚Mehr Bio in Bremer Kitas‘		
Hamburg	Dialogpapier Bio-Stadt Hamburg			
	Umweltleitfaden 2019			
Hessen	Ernährungsstrategien als Ziel im aktuellen Koalitionsvertrag	Praxisprojekt ‚Essen in Hessen‘		
Mecklenburg-Vorpommern	Leitfaden in Bearbeitung			
Niedersachsen		Wettbewerb ‚Betriebliche Esskultur – nachhaltig gut essen‘		
Nordrhein-Westfalen		Projekt ‚NRW kocht mit Bio‘		
		‚NRW isst gut – 100-Kantinen-Programm‘		
Rheinland-Pfalz		Initiative ‚RLP isst besser‘		
		Projekt ‚Kita- und Schulessen – die gesündere Wahl erleichtern‘		
Saarland		Saarländischer Ernährungspreis		Vernetzungsstelle Seniorenernährung
Sachsen				
Sachsen-Anhalt		‚Bio Offensive Sachsen-Anhalt – Gemeinschaftsverpflegung‘		
Schleswig-Holstein		Projekt ‚Nachhaltige Entwicklung in der GV‘		
Thüringen		Pilotprojekt ‚Bio-Regio in die Kantinen‘		
		Rekuk Projekt		

bündelt bundesweite und niedersächsische Informationsangebote, stellt Akteure vor und bietet Anregungen für Betreiber von Kantinen und Betriebsrestaurants, die ihre Verpflegungskonzepte nachhaltig weiterentwickeln wollen.

Im niedersächsischen Landwirtschaftsministerium müssen die Mitarbeiter weiterhin auf Speisen und Getränke aus dem ökologischen Anbau verzichten. In der Kantine gibt es kein entsprechendes Angebot.

Nordrhein-Westfalen

Im Jahr 2016 wurde das Projekt ‚NRW kocht mit Bio‘ gestartet. Initiiert wurde die Initiative vom Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (MKULNV), die Umsetzung erfolgt über das Beratungsunternehmen a’verdis. Neben Netzwerkveranstaltungen für Küchen und Lieferpartner gibt es Weiterbildungsangebote für Fachlehrer an Berufskollegs und individuelle Beratungsangebote für Küchen.

Das ‚NRW isst gut – 100-Kantinen-Programm‘ soll Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen dabei unterstützen, mehr regionale und artgerechte Produkte in den Speiseplan aufzunehmen. Die Netzwerke zwischen Lieferanten und Kantinen sollen dafür erweitert und ausgebaut werden.

Von April 2017 bis Juli 2019 wurde das Modellprojekt ‚Nachhaltige Verwaltung der Zukunft‘ durchgeführt. Mit finanzieller Unterstützung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) und dem NRW-Umweltministerium entwickelte das Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz (LANUV) in diesem Rahmen ein umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement – darunter die Handlungsfelder Liegenschaftsmanagement, Beschaffungswesen sowie Kantinenbetriebe.

Rheinland-Pfalz

Die Initiative ‚Rheinland-Pfalz isst besser‘ soll die Ernährungsbildung, die Wertschätzung von Lebensmitteln sowie die nachhaltige, regionale Lebensmittelproduktion in RLP weiter voranbringen. In bislang mehr als 20 Projekten soll für regional und biologisch erzeugte Produkte geworben werden. So bietet etwa der erstmals 2013 in Aktion gebrachte



Beim EIP-Projekt Brandenburg gibt Sebastian Klass vom Biohof Klass Einblicke in die Kartoffelernte

Kochbus heute eine fest etablierte Bühne für gute Ernährung und Ernährungsbildung. Mit über 90 Terminen im Jahr und ausgestattet mit einer mobilen Küchenzeile fungiert der Bus als Plattform für Akteure aus der Gastronomie, dem Lebensmittelhandel, dem Ernährungshandwerk und der Ernährungsberatung, aber auch für Landfrauen, Regionalmarken oder Slow-Food-Gruppen, die dort ihre Projekte präsentieren können. Ebenso bekommen mit dem Bus ernährungspolitische Themen wie die Kita- und Schulverpflegung, Armut oder Klimaschutz eine Bühne.

Die Programme ‚Schule isst besser‘ und ‚Kita isst besser‘ unterstützen die Verantwortlichen bei ihrer Aufgabe, in den Ganztagschulen und Kitas für eine abwechslungsreiche und bedarfsgerechte Ernährung gemäß den DGE-Qualitätsstandards zu sorgen. Dafür gibt es an den sechs Dienstleistungszentren Ländlicher Raum (DLR) und der Vernetzungsstelle Kita- und Schulverpflegung landesweite Angebote der Ernährungsberatung.

Im Rahmen des vom BMEL finanzierten In-Form-Projektes ‚Kita- und Schulessen – die gesündere Wahl erleichtern‘ von 2019 bis 2020 wurde mit Hilfe der drei Modellkommunen Trier, Montabaur und Bad Dürkheim, eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Erstellung eines Verpflegungskonzepts für kommunale Kita- und

Schulträger erarbeitet. Dieses reicht von der kommunalen Zielsetzung und Zeitplanung bis zur Abstimmung im politischen Gremium, zum Beispiel dem Stadtrat oder dem Trägersausschuss.

Saarland

Als erstes Bundesland hat das Saarland am 1. Mai 2019 im Ministerium für Umwelt und Verbraucherschutz eine Vernetzungsstelle Seniorenernährung eingerichtet. Hierdurch sollen die bestehenden Aktivitäten gebündelt, die Akteure vernetzt und die Ernährungssituation der Senioren verbessert werden.

Am 1. Oktober 2020 wurde der 1. Saarländische Ernährungspreis verliehen. Bewerben konnten sich Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung in den Kategorien Kitas & Schulen, Betriebe, Krankenhäuser & Reha-Einrichtungen sowie Seniorenhäuser. 40 Einrichtungen haben sich mit ihren Verpflegungskonzepten für den Preis beworben, der gemeinsam von der Innungskrankenkasse IKK Südwest und dem Ministerium für Umwelt und Verbraucherschutz ausgelobt wurde.

Sachsen

Nach einer Marktstudie über die Außer-Haus-Verpflegung in Sachsen – initiiert vom sächsischen Ministerium für Energie, Klima, Umwelt und Landwirtschaft (SME-KUL) und durchgeführt von den Ver- ➤

einen EkoConnect sowie NahHaft – verwenden 68 Prozent der Kantinen und Gemeinschaftsküchen bereits Bio-Komponenten in der Speisenzubereitung.

Im Jahr 2017 ist Leipzig dem deutschen Bio-Städte-Netzwerk beigetreten. Seither arbeitet die sächsische Kommune kontinuierlich daran, eine regionale und biologische Lebensmittelproduktion kommunal zu unterstützen, versichert der Leipziger Bürgermeister Heiko Rosenthal (Die Linke). Dabei prüfe die Stadt auch, wie sich das Bio-Angebot in der Gemeinschaftsverpflegung, insbesondere in der Schul- und Kita-Verpflegung, erweitern lässt.

Im September 2020 fand in Leipzig das erste Dialogforum der Initiative BioBitte statt. Dazu kamen mehr als 50 Verantwortliche aus Landes- und Kommunalpolitik, Verwaltung und Ernährungswirtschaft zusammen, um zu erörtern, wie der Anteil an Bio-Lebensmitteln in der sächsischen AHV erhöht werden kann.

Sachsen-Anhalt

Die Convita GmbH hat 2006 gemeinsam mit der Landesvereinigung für Gesundheit Sachsen-Anhalt e.V. das Modellprojekt ‚Bio Offensive Sachsen-Anhalt – Gemeinschaftsverpflegung‘ ins Leben gerufen. Von 2006 bis 2009 wurden elf Cateringunternehmen erfolgreich zur Bio-Zertifizierung begleitet. Gemessen am Gesamtwareneinsatz eines Monats setzten sie in ihren Speiseplänen für Kitas und Schulen zehn Prozent Bio um.

Schleswig-Holstein

Das Gemeinschaftsprojekt ‚Nachhaltige Entwicklung in der Gemeinschaftsverpflegung‘ wurde im Jahr 2017 parallel bearbeitet von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung, Sektion Schleswig-Holstein, dem Ministerium für Energie, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung (MELUND) sowie dem Ministerium für Soziales, Gesundheit, Jugend, Familie und Senioren des Landes Schleswig-Holstein. Darin werden verschiedene Maßnahmen vorgeschlagen, die kontinuierlich und von den Kantinen auch selbstständig weiterentwickelt werden können. Es wird zudem dazu geraten, einen Verantwortlichen für diesen kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu benennen. Maßnahme 4 empfiehlt, Lebensmittel in Bio-Qualität

einzukaufen. Hierfür sollte individuell ein Mindestanteil entweder in Bezug auf das Gewicht oder den monetären Wareneinsatz festgelegt werden.

Thüringen

Das Pilotprojekt ‚Bio-Regio in die Kantinen‘ wurde bereits 2017 durch das Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft (TMIL) initiiert, ursprünglich für zwei Jahre konzipiert und mit 13.500 Euro gefördert. Sein Ziel ist es, mit einer effizienten Logistik eine Wertschöpfungskette für bio-regionale Urproduktion, Vorverarbeitung und Außer-Haus-Verpflegung in Großküchen und Kantinen zu etablieren. Begonnen wurde das Projekt mit einer Bio-Woche in der Kantine des Regierungsviertels, worauf die Resonanz allerdings eher noch verhalten war. 2018 gab es verschiedene Workshops mit Verarbeitern, Erzeugern und Köchen; außerdem Kochevents, Messebeteiligungen und Exkursionen. Auch hier traf man auf eine gehemmte Bereitschaft der Kantinenbesucher, für Bio mehr auszugeben, sodass das Konzept überarbeitet wurde.

2019 wurde das Projekt durch den Thüringer Ökoherz Verein (TÖH) verändert fortgeführt. Als neue Zielstellung wurde definiert, konkrete interessierte Partner zu finden, welche die Verpflegung mit fachkompetenter Begleitung auf bio-regional umstellen wollten. Diese sollten dann wiederum für andere als Leuchttürme und Best-Practice-Akteure dienen. Seit mehr als 15 Jahren führt der TÖH thüringenweit Workshops für Kitas, Schulen, Caterer und Verantwortliche aus dem Verpflegungsbereich durch – heute auch im Rahmen der Infokampagne ‚Bio kann jeder‘, deren Koordination er inzwischen für die neuen Bundesländer übernommen hat.

Das Projekt ReKUK zielt darauf ab, in Form von Workshops eine berufsbegleitende Weiterbildung in nachhaltiger Verpflegung und ressourcenschonendem Küchenmanagement für Köche und Küchenleiter von Großküchen anzubieten. Es wurde gemeinsam von den vier europäischen Projektpartnern Deutschland, Österreich, Italien und Tschechien entwickelt und wird mitfinanziert von Erasmus+.

Lena Renner



Hanna Erz vom Bauernhof Erz präsentiert beim EIP-Projekt Brandenburg ihre frisch geernteten Kürbisse.

Leuchtturm Dänemark

Dänemark und Kopenhagen sind weltweit führend bei Erzeugung und Einsatz von Bio-Produkten

Dänemark gilt als großer Vorreiter in puncto Bio im Lebensmittelmarkt – und in der Außer-Haus-Verpflegung. Mit nationalen Siegeln, Öko-Aktionsplänen, Forschungsgeldern und Öffentlichkeitsarbeit verfolgt das Land ehrgeizige Ziele und hat schon heute den weltweit höchsten Bio-Anteil am Lebensmittelkonsum.



Der dänische Nationale Bio-Aktionsplan wurde mit dem Future Policy Award der Hamburger Stiftung World Future Council ausgezeichnet.

Bereits Ende der 1980er Jahre führte Dänemark als erstes Land weltweit staatliche Kontrollen für den Ökolandbau ein und etablierte das dänische Bio-Siegel. 1995 und 1999 wurden Öko-Aktionspläne verabschiedet und schon vor zehn Jahren in staatlichen Einrichtungen Biogerichte serviert. 2009 führte die Regierung gemeinsam mit privaten Akteuren drei neue Kennzeichnungskategorien für die Gastronomie ein: Durch Gold- (90-100 Prozent), Silber- (60-90 Prozent) und Bronze- (30-60 Prozent) Kennzeichnungen sollen die Kunden auf einen Blick erkennen, welchen Anteil an Bio-Zutaten ein Restaurant oder eine Kantine verwendet. Allein 2019 stieg die Anzahl an Restaurants, die Speisen mit Bio-Siegel verkaufen, um 20 Prozent auf 3.175.

Im Jahr 2012 entwarf das dänische Landwirtschaftsministerium den ‚Økologi-plan‘, einen Plan zur Förderung der biologischen Landwirtschaft. Eines seiner Ziele: Bis 2020 sollte der Bioanteil in allen öffentlichen Einrichtungen auf 60 Prozent gehoben werden.

Ausschlaggebend für den Erfolg des dänischen Modells ist etwa das einprägsame nationale Bio-Siegel mit dem roten Ø (für ‚Økologi‘), das als äußerst glaubwürdig

angesehen wird. 98 Prozent der dänischen Konsumenten kennen das staatlich kontrollierte Bio-Siegel. „Klare Regeln und gründliche Kontrollen haben das Vertrauen in Bio-Produkte in Dänemark enorm gestärkt und den Umsatz Jahr für Jahr gesteigert“, sagt Pernille Bundgård, International Market Director bei Organic Denmark.

Alle dänischen Regierungen, die seit der Einführung des roten Ø an der Macht waren, waren Befürworter des Bioanbaus und haben die ökologische Entwicklung mit Forschungsgeldern und Öffentlichkeitsarbeit unterstützt. Auch die genossenschaftliche Tradition und die wirtschaftlichen Strukturen in Dänemark sind besonders geeignet, die ökologische Entwicklung voranzutreiben. So gibt es eine enge Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Produktentwicklern und Einzelhandel. Von Anfang an wurden in Dänemark Bio-Produkte im Lebensmittel-Einzelhandel im Regal neben den konventionellen Produkten platziert.

Aushängeschild Kopenhagen

Das Aushängeschild Dänemarks in Sachen Bio ist die Hauptstadt Kopenhagen,

die 2014 von der Europäischen Kommission zur grünsten Hauptstadt Europas gewählt wurde. 2007 gründete die Stadt die unabhängige Stiftung ‚House of Food‘, die öffentliche Großküchen landesweit bei der Einführung von Bio-Lebensmitteln unterstützt und dafür einen ganzheitlichen Beratungsansatz entwickelte.

Um die Kosten zu optimieren, wurde ein Berechnungs-Tool auf Excel-Basis, der sogenannte ‚Food Basket‘, entwickelt. Er zeigt, dass bei einer Reduzierung des Fleischanteils und einer gleichzeitigen Erhöhung der Gemüsemenge die Beschaffung von Bio-Lebensmitteln nicht teurer ist als die konventionelle Alternative.

Bereits 2011 waren in Kopenhagen 75 Prozent aller in der AHV eingekauften Lebensmittel Bio. 2015 waren es 90 Prozent, bei einem Gemüseanteil von 100 Prozent Bio. Unterstützt wurde Kopenhagen vom dänischen Nationalen Bio-Aktionsplan, welcher mit dem Future Policy Award 2018 der Hamburger Stiftung World Future Council ausgezeichnet wurde. Heute hat Dänemark den höchsten Marktanteil für ökologische Lebensmittel weltweit.

Lena Renner

AHV in Frankreich

Große Pläne und noch viel zu tun



In Frankreich prallen politische Wünsche und marktwirtschaftliche Realitäten in der AHV in puncto Bio aufeinander. Schon 2008 legte Frankreich fest, den Bio-Anteil in der staatlichen Gemeinschaftsverpflegung bis 2020 auf 20 Prozent zu steigern – ein Ziel, das weit verfehlt wurde. Ein neues Gesetz, das Loi EGALim, sieht diesen Anteil jetzt bis 2022 vor. Obwohl die Bedeutung des Außer-Haus-Markts in Frankreich höher ist als etwa in Deutschland, scheitern viele Marktteilnehmer oft noch an bürokratischen Hürden.

Die französische Politik und die Verbände räumen dem Absatzmarkt AHV für ökologische Produkte einen sehr hohen Stellenwert ein. Die Bedeutung des Außer-Haus-Verzehrs ist vor allem durch den höheren Anteil an Ganztagschulen in Frankreich sehr viel höher als in Deutschland. Frankreich zählt insgesamt rund 80.000 Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen, in denen rund vier Milliarden Essen jährlich serviert werden.

Für die Belieferung von Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung haben sich zahlreiche Bio-Erzeugergemeinschaften gegründet. Meist sind dies Genossenschaften, die das Bio-Angebot bündeln und regionale Lieferketten aufbauen („RéseauMangerBio“).

Der Staat nimmt hierfür durchaus Geld in die Hand. Nicht nur Städte und Kommunen, sondern auch Naturparke oder Wasserversorger finanzieren begleitende Maßnahmen, gleichen Mehrkosten bei der Beschaffung aus und einiges mehr. Aber diese Unterstützung ist oft an Auflagen gekoppelt, die den Einsatz von Bioprodukten eher erschweren als fördern. Während die Tischgäste immer mehr Bio fordern, stehen die Marktteilnehmer in der AHV oft vor bürokratischen Hürden. Die weitreichenden gesetzlichen Vorschriften sind komplex und bisher wurden die von der Politik vorgegebenen Ziele weit verfehlt.

Umfassender gesetzlicher Rahmen

Bereits 2008 wurden im Rahmen des landesweiten Umweltgipfels „Grenelle de l’Environnement“ Ziele zur Steigerung von Bio-Produkten in der staatlichen Gemeinschaftsverpflegung festgelegt. Diese Ziele (wie ein 20 Prozent-Anteil bis 2020) wurden jedoch bisher weit verfehlt. Seither wurden die Zielvorgaben durch mehrere Gesetzesnovellen bekräftigt, gleichzeitig aber auch aufgeweicht. Denn neben den Bioprodukten werden zusehends andere, konkurrierende Erzeugungsformen als „nachhaltig“ anerkannt, zertifiziert durch Herkunfts- und Qualitätslabel ohne Bio-Anspruch.

Das 2014 erlassene „Landwirtschaftliche Zukunftsgesetz“ („Loi d’avenir agricole – LOA“) zielt darauf ab, die „territoriale

Verankerung der Lebensmittelversorgung“ zu stärken. Eine konkrete Konsequenz aus diesem Gesetz ist die Schaffung von sogenannten PATs (Projet Alimentaire Territorial), einer besonderen Form regionaler Ernährungsräte (food policy councils).

Für diese ‚Öko-Modellregionen‘ wurden gesetzlich qualitative und methodische Mindestanforderungen festgelegt, zum Beispiel breit angelegte Beteiligungsverfahren. Einige der mittlerweile über 500 PATs in Frankreich erhalten eine finanzielle Förderung im Rahmen eines landesweiten, vom Landwirtschaftsministerium ausgeschrieben Wettbewerbs. Die Steigerung von Bio-Produkten in der AHV spielt bei den meisten dieser PATs eine zentrale Rolle.

Seit 2018 stärkt Loi EGA-Lim Bio in der AHV

Das für die Außer-Haus-Verpflegung und insbesondere die von der öffentlichen Hand betriebenen Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung maßgebliche Gesetz trat jedoch erst im November 2018 in Kraft. Das ‚Loi EGALim‘ (für États Généraux de l’Alimentation) verfolgt in dieser Hinsicht drei wichtige Ziele: den Zugang zu gesunder, nachhaltiger Ernährung für alle zu sichern, Lebensmittelabfälle und (Plastik-)Abfälle zu reduzieren und den Einsatz von (bio-)regionalen qualitativ hochwertigen Produkten zu steigern.

Weiteres Ziel ist, faire Handelsbeziehungen zwischen den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette zu etablieren. Dumpingpreise im Lebensmittel-einzelhandel sollen verboten werden. Preiskonstruktion soll ‚von unten nach oben‘ stattfinden, mit den Erzeugungskosten als Ausgangspunkt.

Das Loi EGALim schreibt unter anderem vor, dass ab dem 1.1.2022 mindestens zur Hälfte „qualitativ hochwertige und nachhaltige Produkte“ in privaten und öffentlichen Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung eingesetzt werden. Ein Anteil von mindestens 20 Prozent dieser Produkte soll aus ökologischem Anbau stammen, wobei auch Umstellungsware erlaubt ist. Berechnet wird dieser Anteil über den Netto-Einkaufswert der bezogenen Rohwaren über ein Jahr, inklusive Getränke.



Aufgeweichte Regeln bei den Anforderungen

Jedoch ist der französische Gesetzgeber recht großzügig bei der Anerkennung weiterer ‚nachhaltiger‘ und/oder ‚qualitativ hochwertiger‘ Produkte. Denn hierunter fallen viele staatlich anerkannte Qualitätssiegel oder Herkunftsbezeichnungen ohne weitgehende ökologische Anforderungen wie ‚AOC‘ oder ‚Label Rouge‘, usw.

Weitere Produktqualitäten können auf Basis einer Produktlebenszyklus-Bewertung (Ökobilanz) aufgenommen werden. So hat erst kürzlich die Marke ‚Bleu-Blanc-Cœur‘ diesen Sprung in die Positivliste geschafft. Hintergrund war hier der nachweislich reduzierte Methanausstoß durch den gezielten Einsatz von Omega-3-haltigen Rohstoffen, wie zum Beispiel Leinöl, in Futtermitteln für Wiederkäuer.

Eine weitere Vorgabe von EGALim für die Verpflegungsbetriebe des AHV ist die Diversifizierung von Protein-Quellen und versuchsweise mindestens eine vegetarische Mahlzeit pro Woche. In einer im Februar 2020 unterzeichneten Charta verpflichten sich GV-Einrichtungen außerdem, die vorgegebenen Ziele möglichst kostenneutral und mit heimischen, also nicht importierten, Bio-Produkten zu erreichen.

Viele Regionen in Frankreich haben sich teils noch ambitioniertere Ziele be-

züglich der Einführung von Bio-Produkten gesteckt. So zum Beispiel auch die Region Occitanie im Südwesten Frankreichs.

Effizientes Monitoring zeigt Förderungsansätze auf

Im Gegensatz zu Deutschland erfolgt in Frankreich schon lange eine effiziente, regelmäßige Marktbeobachtung, welche wertvolle Ansatzpunkte für die zukünftige Förderung aufzeigt. Seit mehr als zehn Jahren wird die Verwendung von Bio-Produkten in der französischen Außer-Haus-Verpflegung statistisch erfasst. Das jährliche Monitoring umfasst sowohl das private Gastronomiegewerbe, als auch die öffentliche und private Gemeinschaftsverpflegung.

Auftraggeber des Monitoring ist die französische Agence Bio, eine dem Umwelt- und Landwirtschaftsministerium unterstellte Körperschaft des öffentlichen Rechts.

Wesentliche Ergebnisse sind bisher:

- Es gibt einen starken Trend zu Bio. Im Jahr 2008 verwendeten lediglich vier Prozent der französischen GV-Einrichtungen Bio-Produkte. Im Jahr 2019 waren es bereits 65 Prozent.



- ❑ Dieser Anteil liegt bei den öffentlich getragenen Einrichtungen bei 78 Prozent, im Schul-Bereich sogar bei 86 Prozent. Dagegen verwenden in den Einrichtungen in privater Trägerschaft lediglich 58 Prozent Bio-Produkte. Ein klarer Hinweis auf die Wirksamkeit der staatlichen Vorgaben.
- ❑ Knapp dreiviertel der in der GV eingesetzten Bio-Produkte sind französischer Herkunft.
- ❑ Die am häufigsten verwendeten Bio-Produkte sind Obst, Gemüse und Molkereiprodukte.
- ❑ Immer mehr Einrichtungen führen vegetarische Mahlzeiten ein. 2019 waren es schon 55 Prozent.

Allerdings erschweren organisatorische Probleme innerhalb vieler Verpflegungseinrichtungen das Monitoring. So gibt es fehlende oder lückenhafte Systeme zur Erfassung des Produkteinsatzes, etwa aufgrund unterschiedlicher Warenwirtschaftssysteme oder von latentem Personalmangel.

Seit Jahren erklärtes Ziel ist es, das System OPAL zentral einzuführen, mit dem zum Beispiel auch die Erfassung regionaler Produkte möglich ist. Dies ist jedoch noch nicht flächendeckend gelungen. Vor allem Gymnasien nutzen meist andere Systeme, mit denen Waren nicht als regional klassifiziert werden können.

Wie gelingt Bio in der französischen AHV?

Als deutsch-französisches, auf Biomärkte spezialisiertes Beratungs- und Forschungsunternehmen für Nachhaltigkeit in der Lebensmittelversorgung und der Landnutzung begleitet Ecozept bereits seit mehr als 15 Jahren über 300 Einrichtungen in vier Regionen erfolgreich beim Einsatz von Bio(regio)-Produkten in der Gemeinschaftsverpflegung. So auch in der Region Occitanie, in der die Zielmarke 40 Prozent Bio-regio in den 190 Gymnasien bis Ende 2022 vorgegeben wurde. Dieses Ziel soll ohne Mehrkosten für die Familien erreicht werden.

Die Förderung durch die Region erstreckt sich von begleitenden Maßnahmen, wie zum Beispiel der Schaffung von Angebot-Nachfrage-Portalen oder Logistik-Platt-



Weitere Informationen:

Dr. Burkhard Schaer
Tel. : +33(0)467584227
Le Barcelone Bât. 12
145 Rue Guillaume Janvier
34070 Montpellier
schaer@ecozept.com
www.ecozept.de

formen, bis hin zu direkten Beihilfen. Dies sind etwa Subventionen der Gerichte durch Ausgleich der Mehrkosten oder Beteiligung an den Beschaffungskosten. Wesentlicher Erfolgsfaktor ist hier das direkte und kontinuierliche Coaching der Küchenverantwortlichen hinsichtlich der Beschaffung, der Mengen- und Preisberechnungen sowie des Monitorings, als zentrales Instrument zur Erfolgsmessung.

Persönlicher Kontakt und Leuchtturmprojekte

Physischer, persönlicher Kontakt schafft Vertrauen. Hersteller, Lieferanten und Küchenverantwortliche müssen sich persönlich kennen und gegenseitiges Verständnis für Erwartungen und Bedürfnisse aufbringen. Anonyme Online-Plattformen, Netzwerke oder Einkaufsführer alleine können dies nicht leisten. Im Projektverlauf müssen die Motoren unter den Großküchen möglichst frühzeitig identifiziert werden. Diese Leuchttürme sind als ‚Kristallisationspunkte‘ zu fördern und sichtbar zu machen.

Aufgrund der hohen bürokratischen Anforderungen bei den Nachweispflichten empfiehlt Ecozept, zunächst nur mit denjenigen Kantinen zu arbeiten, die schnell eine gewisse Mindestbestellmenge erreichen. Als Schwellenwert gilt

hier mindestens 300 Essen pro Tag und die Umstellung ganzer Produktlinien auf Bio über einen längeren, planbaren Zeitraum.

Treibende Kraft finden und Langfristigkeit schaffen

Es braucht einen Akteur, der sich im Projekt den Hut aufsetzt, und weitere Verbündete, die ‚Druck machen‘. Am effizientesten in dieser Rolle sind die Wirtschaftsgagierenden selbst, wenn sie eigenes wirtschaftliches Interesse an der Einführung sehen. Ein Gesetz ‚von oben herab‘ allein bringt meist nicht den gewünschten Erfolg.

Damit die Projekte gelingen, braucht es Kümmerer und Netzwerkschaffende, die die Sprache der Landwirtschaft, der Verarbeitung und des Küchenpersonals sprechen. Oder sie müssen zumindest verstehen, wie derartige Wertschöpfungsketten funktionieren und wo die Knackpunkte liegen. Häufig wechselnde Kümmerer schaffen kein Vertrauen, weshalb von vornherein eine kontinuierliche Finanzierung sichergestellt sein sollte. Hier ist in der Regel die Politik gefordert. Zu kurz konzipierte Projektlaufzeiten entfachen meist nur Strohfeuer.

Michael Böhm & Dr. Burkhard Schaer

Erfolgsfaktoren für Bio in der AHV

- ❑ Rasches Identifizieren der ‚Motoren‘: Welche Personen treiben die Projekte an?
- ❑ Persönlichen Kontakt herstellen: Verknüpfung der ‚Motoren‘ mit den ‚Vermarktern‘
- ❑ Von Anfang an Groß denken: kritische Mengen rasch erreichen, zumindest mit einem Produkt
- ❑ Verlässlichkeit schaffen: regelmäßige, planbare Bestellungen
- ❑ Logistik optimieren: entlang der Zulieferungs-Routen die ersten Projekte als Perlenkette aufbauen.

JAPANISCHE KÜCHE

AUTHENTISCHE PRODUKTE FÜR DIE GASTRONOMIE

- ✓ Traditionell von Familienbetrieben in Japan hergestellt
- ✓ Viele sind vegan und glutenfrei
- ✓ Mit langen Fermentationsprozessen



PASST GENAU ZU
DEN AKTUELLEN
TRENDS



SCHMECKT SO
VIEL BESSER ALS
HERKÖMMLICHE
SOJASAUCE!



sauber sauber machen

Das neue Reinheitsgebot von Sodasan



Deutscher
Nachhaltigkeitspreis 2018
Preisträger

Die Gründer & Eigentümer von sodasan, Kerstin Stromberg und Jürgen Hack, waren von Anfang an überzeugt, dass es einen konsequenten Weg gibt, mit weißem Kragen und ökologisch weißer Weste zu wirtschaften. Aus diesem Anspruch wurde die Marke sodasan 1982 geboren und wächst bis heute weiter.

Knapp vierzig Jahre nach der Sodasan-Gründung stehen wir als Menschheit vor der größten Herausforderung aller Zeiten: es geht um nicht weniger, als um den Erhalt unserer Erde als lebenswerten Planeten, für uns und für nachfolgende Generationen! Greta Thunbergs FridaysForFuture hat Millionen mobilisiert, Die Grünen sind laut Umfragen zweitstärkste Partei in Deutschland und immer mehr Unternehmen und Organisationen überprüfen ihre wirtschaftlichen Aktivitäten hinsichtlich der Umwelt- und Sozialverträglichkeit. Denn nachhaltiges Wirtschaften hört nicht



Kerstin Stromberg und Jürgen Hack

beim Öko-Strom, Recycling-Papier oder dem Bio-Kaffee in der Kantine auf. Es fängt beim Putzen der Räumlichkeiten an, um das Raumklima, die Umwelt sowie das Abwasser nicht mit umweltschädlichen Reinigungsmitteln zu belasten.

Mit „sauber sauber machen“ bringt sodasan auf den Punkt, was das Unternehmen und seine Produkte ausmacht. Denn bei sodasan dreht sich alles um waschechtes ökologi-

sches Handeln. In seinem Wirtschaften folgt sodasan dem cradle-to-cradle Konzept, dem das Prinzip kontinuierlicher Stoffkreisläufe und der Nutzung erneuerbarer Energien zugrunde liegt. Angefangen bei der Beschaffung sauberer Rohstoffe über die saubere Herstellung im klimaneutralen Öko-Betrieb in Ostfriesland bis hin zum sauberen Verhalten der Produkte im Abwasser.

Nur Natur? Natürlich!

Für sodasan ist die Verwendung von petrochemischen Rohstoffen ein No-Go. Denn weder Rohöl noch die in konventionellen Reinigungsprodukten eingesetzten Derivate, wie zum Beispiel petrochemische und teilpetrochemische Tenside, optische Aufheller, synthetische Duft-, Farb- und Konservierungsstoffe, petrochemische Bleichaktivatoren oder Mikroplastik, lassen sich in natürliche Stoffkreisläufe integrieren. Zudem haben sie eine negative CO₂-Bilanz.



Um die Belastung für die Ökosysteme so gering wie irgendwie möglich zu halten, nutzt sodasan in den innovativen Formulierungen seiner leistungsstarken Produkte ausschließlich die Reinigungskraft nachwachsender und mineralischer Rohstoffe. Ein Großteil der pflanzlichen Rohstoffe wie z.B. Olivenöl, Sonnenblumenöl, Kokosfett sowie ätherische Öle stammen soweit verfügbar aus Bio-Anbau.

Grün waschen statt Greenwashing

Seit 2016 wird das gesamte Unternehmen sodasan nach dem CSE-Standard und dem Umweltmanagement-System ISO 14001:2015 zertifiziert. Dieses Siegel ist eine Garantie dafür, dass nicht nur die sodasan Produkte höchsten ökologischen Anforderungen entsprechen, auch die Unternehmensführung beruht auf ethischen und sozialen Prinzipien.

sodasan ein umfassendes Sortiment an konsequent ökologischen Putz-, Spül- und Reinigungsmitteln, sowie hochwirksame Desinfektionsmittel für Hände und Flächen und Seifen.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.sodasan.com.
 Es berät Sie gerne:
 Andrea Piepho
APiepho@sodasan.com
 Tel: 04956 407226



Andrea Piepho



Für seine ganzheitliche und nachhaltige Ausrichtung wurde sodasan mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2018 ausgezeichnet. Zusätzlich sind die sodasan Produkte nach dem strengen Kriterienkatalog von NCP (Natural Care Product) bzw. NCS (Natural Cosmetics Standard) zertifiziert.

Größe zeigen für unseren Planeten.

Speziell entwickelt für die Anforderungen der nachhaltigen Büro-, Hotel- und Gebäude-Reinigung sowie für nachhaltige Hygienekonzepte bietet

Um die Plastikflut einzudämmen, geht sodasan seit Jahren ambitionierte Schritte. So füllt das Unternehmen bereits seit 2014 den Großteil seiner konsequent ökologischen Produkte in Flaschen aus recyceltem PET bzw. recyceltem PE ab. Bei seinen Großgebinden ist sodasan in 2019 einen weiteren unkonventionellen Weg gegangen und bietet seine Waschmittel, Flüssigseifen, Spülmittel und Reiniger, statt in Kanistern, in der von Wein und Obstsaften bekannten Bag-in-Box-Verpackung an. So kann z.B. bei einem 20L-Gebinde 82 Prozent Plastikmüll gespart werden.

Buck



Pure NuDelLiebe Bio

Produktion:

- nur mit natürlichen Rohstoffen
- mit Ökostrom aus eigenem Wasserkraftwerk an der Donau
- mit nachhaltiger Verpackung aus FSC-zertifiziertem Papier

Pure NuDelLiebe-Sortiment:

3 x Bio-Hartweizen mit Bio-Ei:
 - Schabspätzle, Bandnudeln und Spiralen

2 x Bio-Dinkelnudeln (vegan):

- Spiralen und halbbreite Bandnudeln

UVP 1,69 Euro /

250g-Papier-Verpackung

www.buck-nudeln.de

Bucheckchen



Bio-Pralinen Edition bioPress

- Qualitätsrohstoffe von Lubeca
- handgemacht in Bio-Qualität
- verfeinert mit weiteren Zutaten
- individuelle Gestaltung und Möglichkeit zur Neukreation
- Pralinenauswahl mit / ohne Alkohol
- Angebot gültig bis Ostern 2021

Bestellungen mit Kennwort „bioPress“

Tel: 0351 4707377, Fax: -4799028

E-Mail: info@biokonditorei.de

Karton mit 15 Stück, 14,95 Euro UVP,
 inkl. Versand, (Karton anders als Foto)

www.biokonditorei.de



Wir nehmen teil an der
BIOFACH eSPECIAL
 Sprechen Sie mit uns über
 die Themen

Sortimente Biotrends Groß- und Einzelhandel Logistik Rohstoffversorgung Verarbeitung Bio-Marken Produkteinführung Marktentwicklung und vieles mehr...

Anuga-Teilnahme: Anuga Organic Market,
 Anuga Organic-Forum
 und **bioPress Fokus Ausgabe Anuga**

Wir beraten unsere bioPress-Mediapartner
 und halten Ihren Messerabatt bereit.
info@biopress.de, Tel. +49(0)6226 95110

Schnitzer



Less Sugar – more Taste

Weniger Zucker, mit bestem Hafer. Das Haferriegel-Trio enthält 30 Prozent weniger Zucker als herkömmliche Haferriegel und ist unverwechselbar lecker.

In den Sorten Cherry Love – mit säuerlich-fruchtigen Sauerkirschen und Mohn, Coconut Kiss – mit knackigen Kokosnusschips und aromatischen Cranberries und Chocaffé Delight – eine Kombination aus dunkler Schokolade und fein duftendem Kaffee sind die Riegel erhältlich.

Reinbeißen und genießen. Power-Snacking auf eine neue Art mit Schnitzer gluten-free organic Break Riegeln.

Preis: 1,39 Euro pro 40 Gramm

www.schnitzer.eu

Ökotopia



180 Gramm Kaffee Nica Bohne im Pfandglas

Dieser fair gehandelte, biologische Hochland-Röstkaffee aus Nicaragua überzeugt mit seinem würzigen Aroma, angenehmen fülligem Körper und zart-fruchtiger Säure. Der Anbau erfolgt in Höhen von 1000 bis 1200 Metern (Strictly High Grown Qualität) – in Zusammenarbeit mit der Kooperative Cosatin Tierra Nueva.

Vorteile des Pfandglases:

- Greift den Pfandtrend auf
- Gute Lagerfähigkeit, wiederverwendbar
- Sichtbare Qualität spricht an und animiert zum Kauf
- Hübsches Design
- Sorgsam von Hand abgefüllt

www.oekotopia.de

Urwaldkaffee

Urwaldkaffee jetzt Bio-zertifiziert

Die Urwaldkaffee GmbH importiert und röstet seltene Hochlandkaffees von indigenen Völkern Kolumbiens wie den Kogi, Arhuaco und Nasa.

Ihre Heimat nennen sie das Herz der Welt, sie verstehen sich als die Hüter der Erde.

Es sind wild gewachsene, alte Sorten, die rituell behütet und handverlesen sind.

Urwaldkaffee röstet langsam und schonend in Handarbeit bei niedrigen Temperaturen.

Aromen: Zartbitterschokolade, Kakao und Frucht, voller Körper, säurearm.

Erhältlich als Kaffee und Espresso (ideal für Vollautomaten), als ganze Bohne oder gemahlen für Filter und French Press.

UVP 14,95 Euro / 500-Gramm-Aromatüte mit Zip

www.urwaldkaffee.de



Demeter Felderzeugnisse



Das neue Banana Split von Rachelli.

Himmlisch cremiges Bananeneis mit Schokoladestückchen aus Zartbitterschokolade.

Durch den hohen Anteil an Banane ist es ein fruchtiges Geschmackserlebnis, das perfekt mit den Schokoladenstückchen harmoniert.

Hergestellt aus frischer Vollmilch und Sahne.

Genuss pur, in Demeter-Qualität.

Frei von künstlichen Zusatzstoffen.

VE: 6 x 500 ml

www.bio-eis.de

Sommer



Sommer - Dinkelkekse Hanf-Guarana mit Mandeln

Nussige Hanfsamen kombiniert mit Guarana und einer Portion knackiger Mandeln.

Der neue Sommer-Cookie steckt voller Superfoods für Superpower!

- 100 Prozent bio
- Hanf und Guarana, zwei Superfoods, die im Trend liegen
- praktische, wiederverschließbare Faltschachtel
- vegan

150 Gramm, VE 6

UVP 2,79 Euro

www.sommer-biscuits.de/produkte

Yogi Tea



Be good. Do good. Bee Happy.

Achtsamkeit beginnt im Kleinen und bewirkt oft Großes. Wildbienen tragen entscheidend zur Bestäubung und damit zum Fortbestand vieler Pflanzen bei.

Als Bio-Tee-Hersteller setzt sich YOGI TEA® für eine intakte Natur ein und unterstützt die Deutsche Wildtier Stiftung bei ihrem Einsatz für Wildbienen. Zusätzlich stützt YOGI TEA® ausgewählte Anbauer mit Nisthilfen aus.

Die Basis dieses Tees bilden Pflanzen, die als Nahrungsquelle bei Wildbienen besonders beliebt sind und nach der Blüte ihren Weg in diese florale Mischung gefunden haben.

UVP: 3,29 Euro

www.yogitea.com/de/

BIOFACH eSPECIAL

SCHÖN SIE WIEDERZUSEHEN:
NATÜRLICH BEIM BIOFACH eSPECIAL
VOM 17.-19.2.2021!

2021 trifft sich die Bio-Branche digital: Freuen Sie sich auf befruchtendes Networking, spannende Vorträge sowie etliche Neuheiten und Trends. Das BIOFACH eSPECIAL macht die internationale Bio-Lebensmittel-Vielfalt erlebbar – Werden Sie Teil des umfassenden Branchentreffs im Netz. Wir freuen uns auf Sie!

biofach.com

together with

VIVANESS
eSPECIAL

VERANSTALTER

NürnbergMesse GmbH
T +49 911 8606-4909
F +49 911 8606-4908
[besucherservice@
nuernbergmesse.de](mailto:besucherservice@nuernbergmesse.de)

Besuchen Sie uns auf der
Biofach eSPECIAL 2021



navitalo

specialist in plant-based food ingredients

Unser Bio Sortiment

Natürliche Süßungsmittel

- Reissirup
- Hafersirup
- Tapiokasirup

Pflanzliche Drink Pulver

- Reisdink Pulver
- Haferdrink Pulver
- Kokosnussdrink Pulver
- Mandeldrink Pulver
- Tapiokadink Pulver
- Avocadodrink Pulver

Vegane Proteine

- Reisprotein
- Erbsenprotein
- Haferprotein
- Hanfprotein

Weitere Informationen



info@navitalo.com
www.navitalo.com



100% pflanzlich



bio & vegan



clean label



gmo frei



glutenfrei